

## **Urheilutapahtuman järjestäminen, case Jokerit FC-Cup 2017**

Roosa Arima ja Tomi Jaskara

<b>Tekijä(t)</b> Roosa Arima, Tomi Jaskara	
<b>Koulutusohjelma</b> Matkailun koulutusohjelma	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Urheilutapahtuman järjestäminen, case Jokerit FC-Cup 2017	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 47 + 9
<p>Tässä produktityyppisessä opinnäytetyössä kerrotaan Jokerit FC-Cup- jalkapalloturnauksen järjestämisen vaiheista. Tapahtuma toteutettiin 29.7.2017 kahden matkailualan ja tapahtumatuotantoon erikoistuneen opiskelijan toimesta. Toimeksiantajana toimi jalkapalloseura Jokerit Football Club ry. Tavoitteena oli luoda mieleenpainuva ja yhteisöllisyyttä korostava tapahtuma. Turnauksesta haluttiin tehdä menestyksensä myötä myös jokavuotinen perinne. Kohderyhmänä oli Jokerit FC:n jäsenet ja kannattajat sekä muut Jokerimieliset ja jalkapallosta kiinnostuneet. Tavoitteena oli saada vähintään 12 joukkuetta mukaan turnaukseen.</p> <p>Turnaus pelattiin kahdella pienellä kentällä Myllypuron urheilupuistossa 12 joukkueen voimin. Kentällä sai olla kerrallaan 6 kenttäpelaajaa ja maalivahti. Otteluissa noudatettiin Suomen Palloliiton sääntöjä, pois lukien kuitenkin paitsiosääntö. Joukkueet jaettiin kolmeen lohkoon, joiden joukkueet kohtasivat toisensa kertaalleen. Jokainen joukkue pääsi siis pelaamaan vähintään kolme peliä. Lohkojen voittajat ja paras toiseksi sijoittunut joukkue jatkoivat välieriin. Välierien voittajat kohtasivat toisensa finaalissa. Turnauksen aikana toiminnassa oli kahvio, jossa myytiin virvokkeita ja pientä syötävää. Paikan päällä oli paljon vapaaehtoisia auttamassa järjestelyissä. Vapaaehtoiset olivat kaikki seuran jäseniä tai kannattajia.</p> <p>Suurin riski tapahtuman onnistumisen kannalta oli liian vähäinen ilmoittautuneiden joukkueiden määrä. Riskin ehkäisemiseksi panostimme säännölliseen markkinointiin alusta alkaen. Markkinointi tapahtui lähinnä sosiaalisessa mediassa Facebookissa sekä seuran verkkosivujen kautta. Kohderyhmä oli helppo tavoittaa jo entuudestaan tuttujen kanavien kautta. Tapahtumalle pyrittiin saamaan sponsoreita ja yhteistyökumppaneita, jotka sopisivat tapahtuman teemaan ja voisivat antaa sille lisäarvoa. Yritysten maantieteellisellä sijainnilla oli myös merkitystä, sillä halusimme vahvistaa Jokerit FC:n Itä-Helsinkiläistä identiteettiä myös sponsorien ja yhteistyökumppanien avulla.</p> <p>Niin järjestäjien kuin osallistujienkin mielestä turnaus oli kaikin puolin onnistunut ja saavutti kaikki keskeisimmät asetetut tavoitteet. Osallistujilta kiitosta sai erityisesti tapahtuman tunnelma, järjestelyt, aikataulu ja turnaukseen osallistumisen hinta. Myös toimeksiantaja ja muut sidosryhmät olivat tyytyväisiä kokonaisuuteen. Parannettavaa ensi vuodeksi on etukäteistiedottamisessa sekä sponsorien ja yhteistyökumppanien hankinnassa. Lisäksi taserojen pienentämiseksi turnauksessa tulisi olla jatkossa kaksi eri sarjaa.</p>	
<b>Asiasanat</b> Jalkapallo, yhteisö, yhteisöllisyys, Helsinki	

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Tapahtuman taustaa .....	2
2.1	Jokerit Football Club .....	2
2.2	Jokerit FC-Cup.....	3
3	Yhteisöllisyys ja sen merkitys jalkapalloseuralle .....	5
3.1	Yhteisöllisyys ja yhteenkuuluvuuden tunne .....	5
3.2	Yhteisöt.....	6
3.3	Yksilö yhteisössä .....	8
3.4	Katsaus kannattajakulttuuriin ja yhteisöllisyyteen nyky-jalkapallossa .....	8
3.4.1	Kannattajien seurat .....	9
3.4.2	Politiikan, uskonnon, maantieteellisen sijainnin ja historian merkitys .....	10
4	Urheilutapahtuman järjestäminen .....	14
4.1	Konsepti.....	15
4.2	Suunnittelu .....	16
4.2.1	Organisaatio.....	17
4.2.2	Kohderyhmä.....	18
4.2.3	Paikka ja aika.....	19
4.2.4	Budjetti.....	20
4.2.5	Sponsorit.....	21
4.2.6	Turvallisuus- ja lupa-asiat.....	21
4.2.7	Riskit ja niiden hallinta.....	22
4.3	Markkinointi.....	24
4.4	Toteutus.....	25
4.5	Jälkitoimenpiteet .....	26
5	Jokerit FC-Cupin kehittämisvaiheet .....	28
5.1	Tapahtumasuunnitelma.....	28
5.1.1	Tavoitteet .....	29
5.1.2	Organisaatio.....	29
5.1.3	Kohderyhmä.....	29
5.1.4	Aikataulu .....	29
5.1.5	Kustannusarvio .....	30
5.1.6	Riskit.....	31
5.2	Sidosryhmät.....	32
5.2.1	Yhteistyökumppanit ja sponsorit.....	33
5.2.2	Vapaaehtoistyöntekijät .....	33
5.3	Lupa-asiat.....	34
5.4	Markkinointi.....	34

5.5	Otteluohjelma.....	35
5.6	Projektin eteneminen .....	35
6	Jokerit FC-Cup 29.7.2017 .....	37
6.1	Osallistujien ja sidosryhmien palaute .....	39
6.2	Kehittämisehdotukset.....	41
7	Pohdinta.....	43
	Lähteet .....	44
	Liitteet.....	48
	Liite 1. Tapahtumasuunnitelma .....	48
	Liite 2. Projektin aikataulu .....	52
	Liite 3. Pelastussuunnitelma.....	53
	Liite 4. Infolehti .....	56

# 1 Johdanto

Jokerit FC -Cup, jota tämä opinnäytetyö käsittelee, toteutettiin kahden tapahtumatuotantoon erikoistuvan matkailualan opiskelijan toimesta ja Jokerit Football Club ry:n toimeksiantosta. Tapahtuman tarkoituksena ja tavoitteena oli jatkaa perinnettä Jokerit FC-Cupin järjestämisestä, kehittää turnauksen konseptia tulevia vuosia varten, järjestää kaikille seuran jäsenille ja sidosryhmille mahdollisuus kerääntyä yhteen jalkapallon merkeissä sekä vahvistaa seuran imagoa ja yhteisöllisyyttä. Jokerit FC-Cupin tarkoituksena oli olla myös kohokohta Jokerit FC:n jalkapallovuoden kalenterissa.

Aivan aluksi kerromme taustaa tapahtuman järjestämisen takana ja miten me päädyimme toteuttamaan turnausta toimeksiantona Jokerit FC:lle. Kerromme myös alussa sekä turnauksen, että toimeksiantajan taustaa ja historiaa. Opinnäytetyön ensimmäisessä teoriaosuudessa käymme läpi yhteisöllisyyden merkitystä sekä yksilöiden, että yhteisöidenkin näkökulmasta. Teemme katsauksen jalkapalloseurojen imagon ja yhteisöllisyyden syihin ja seurauksiin, sillä ne ovat tärkeä syy sille miksi turnaus päätettiin järjestää. Käsittelemme myöskin sekä historiallisia, että moderneja jalkapallokannattamiseen liittyviä trendejä useiden erilaisten esimerkkien avulla, jotta lukija saavuttaisi paremman ymmärryksen turnauksen kontekstista ja merkityksestä seuralle, jonka slogan on ”Kannattajien seura”.

Toinen teoriaosuus avaa tapahtumajärjestämisen lainalaisuuksia yleisesti, keskittyen vahvimmin urheilutapahtumiin. Tässä teoriaosuudessa selvitetään perinpohjaisesti ja eritellysti tapahtumajärjestämisen metodologiaa ja kaikkea huomioonotettavaa, aina riskeistä aikatauluttamisen ja selkeän työnjaon tärkeyteen saakka. Pyrimme tutustumaan laajasti erilaisiin laadukkaisiin lähteisiin tätä teoriaosuutta kirjoittaessa.

Viidennessä kappaleessa kerromme Jokerit FC-Cup-projektin etenemisestä alusta loppuun saakka. Käymme läpi kaikki projektin toteuttamiseen liittyneet vaiheet ja toimenpiteet sekä havainnollistamme työtämme taulukoiden, kuvien ja liitteiden avulla. Kuudennessa kappaleessa kerromme itse tapahtumapäivän kulusta sekä kuinka hyvin suunnitelmissa ja aikatauluissa pysyttiin. Kuudes kappale on toimeksiantajan kannalta erittäin tärkeä, sillä siinä käsittelemme myös turnauksesta saatua palautetta ja teemme sen pohjalta kehittämis ehdotuksia tulevaisuutta varten. Viimeisessä kappaleessa vielä pohdimme omaa onnistumistamme tapahtumanjärjestäjinä.

## 2 Tapahtuman taustaa

Jokerit FC-Cup toteutettiin toimeksiantona Jokerit Football Clubille. Tämän opinnäytetyön tekijöistä toinen, eli Tomi Jaskara on pelannut Jokerit FC:ssa sen perustamisesta saakka. Useamman vuoden seurassa pelaajana toimineena, seuran omaksi tuntevana, tuntui hyvältä ja luontevalta idealta lähteä toteuttamaan opinnäytetyötä, joka liittyisi jotenkin seuran toiminnan kehittämiseen. Tuttu toimintaympäristö ja tutut ihmiset olivat tärkeä tekijä päättäessä, että opinnäytetyö tehtäisiin seuran tapahtumatarjonnan kehittämiseen. Jokerit FC-Cup oli projektina täydellinen kahden tapahtumatuotantoon erikoistuvan ja urheilusta kiinnostuneen opiskelijan opinnäytetyöksi. Tässä kappaleessa esitellään Jokerit FC ja Jokerit FC-Cup sekä paneudutaan niiden taustaan.

### 2.1 Jokerit Football Club

Jokerit Football Club, joka tunnetaan seuran ja kannattajien parissa paremmin Jokerit FC:na tai vain JFC:na, perustettiin 30. tammikuuta 2012. Alun perin seura perustettiin nimellä JFC Helsinki, johtuen Jokerit- nimen oikeuksien puuttumisesta. Oikeudet Jokerit-nimeen saatiin vuonna 2014, jonka jälkeen seuran virallinen nimi muuttui nykyiseen muotoonsa, Jokerit Football Club ry:ksi. Seuran perusti Mikko Westerholm, joka oli jo vuotta aiemmin ryhtynyt kartoittamaan kiinnostusta projektia kohtaan. (Jokerit FC 2012.) Mikko Westerholmin lisäksi perustamiskokoukseen 30.1.2012 osallistuivat Tommi Päivinen, Sami Rita ja Esa Mäntynen, joista kaikki ovat siitä asti pelanneet ja jatkavat kirjoitushetkellä pelaamistaan seurassa. (Westerholm 11.10.2017.)

Jokerit on yksi suomalaisen urheilun arvokkaimpia brändejä. (Liski 2017, 22.) Jokereiden historia jalkapallokentillä alkaa vuodesta 1999. Silloin liikemies Harry ”Hjallis” Harkimo, joka oli, ja on edelleen kirjoitushetkellä Jokereiden jääkiekkjoukkueen pääomistaja, osti Veikkausliigaan kaudella 1997 nousseen helsinkiläisen PK-35:n. Suurin syy seuran ostamiseen oli Harkimon suunnittelema Töölön Jalkapallostadion, joka tarvitsi HJK:n lisäksi toisenkin seuran ollakseen kannattava sijoitus. (Jääskeläinen 2014.) Harkimo teki ostamalleen seuralle täydellisen imagomuutoksen ja muutti seuran nimeksi FC Jokerit, saadakseen houkuteltua Jokerit-jääkiekkjoukkueen kannattajia katsomoon. FC Jokereiden vaiheikas taival jalkapallokentillä kesti kuitenkin vain viisi vuotta. Viiden vuoden aikana FC Jokerit ehti voittaa Suomen Cupin heti perustamisvuonnaan ja sijoittumaan Veikkausliigan hopeasijalle vuonna 2000. Vuonna 2004 Harkimo päätyi myymään tappiota tekevän FC Jokerit paikallisvastustaja HJK:lle. (Urheilumuseo 2009.)

Jokerit FC:lla ei ole seurana siteitä FC Jokereihin, mutta FC Jokereiden historiaa täytyy tuntea ymmärtääkseen Jokerit FC:n synnyn. (Jaskara 10.10.2017.) Vaikka FC Jokerit ei ennättänyt saavuttamaan suurta suosiota ja haastamaan Helsingin Jalkapalloklubia kunnolla, seuran lyhyen olemassaolon aikana tuli selväksi, että Jokerihenkiselle jalkapallojoukkueelle olisi kysyntää. Samana vuonna, kun FC Jokerit lopetti toimintansa, seuran kannattajaryhmä, joka tunnettiin nimellä 116% Boys, päätti perustaa Jokrut-nimisen joukkueen pelaamaan Suomen Palloliiton Helsingin piirin harrastesarjaa. Tämä projekti kesti kuitenkin vain yhden kauden. (Liski 2017, 22.)

Seuraavina vuosina Jokereiden jääkiekkjoukkueen kannattajien keskuudessa nousi esille idea jalkapallojoukkueen perustamisesta. Ideaan tarttui ensimmäisenä Mikko Westerholm, joka päätti vihdoin vuonna 2011 ryhtyä toimiin saadakseen seuraavaksi vuodeksi joukkueen pelaamaan Helsingin piirin 7. divisioonaan. Tavoite perustaa joukkue saavutettiin tammikuussa 2012. (Liski 2017, 22.) Saman vuoden keväänä pelattiin ensimmäiset harjoitusottelut ja aloitettiin virallinen sarjakausi. (Heinolainen 10.10.2017.)

Tämän opinnäytetyön kirjoitushetkellä Jokerit FC on kasvanut ja kehittynyt paljon alkuvaiheista. Seuralla on nyt kolme joukkuetta, joista edustusjoukkue pelaa Helsingin 4. divisioonassa, reservijoukkue 6. divisioonassa ja harrastejoukkue Harrastesarjassa. Seuran jäsenmäärä on kasvanut ja toimintaa on kehitetty pitkäjänteisesti ja kärsivällisesti. (Jokerit FC 2012.)

Jokerit FC:n slogan on ”Kannattajien seura”. Tämä johtuu siitä, että seuran perustivat Jokereiden jääkiekkjoukkueen sekä 2000-luvun taitteessa toimineen FC Jokereiden kannattajat. (Heinolainen 10.10.2017.) Seurassa ollaan otettu keskeiseksi arvoksi myös kannattajien toiveiden kuuntelu sekä heidän ottaminen osaksi päätöksentekoa. Kaikilla seuran jäsenillä on täysi äänioikeus seuran vuosikokouksissa. Seura myös järjestää kannattajien ja pelaajien välistä toimintaa muutaman kerran vuodessa. Ajatus ja tunne yhteisöllisyydestä ja kannattajien yhteisestä seurasta on Jokerit FC:ssa ensiarvoisen tärkeää. (Westerholm 11.10.2017.)

## **2.2 Jokerit FC-Cup**

Jokerit FC-Cup järjestettiin ensimmäistä kertaa vuonna 2016. Jokerit FC halusi jalkapallokalenteriin tapahtuman joka yhdistäisi pelaajat, kannattajat sekä yhteistyökumppanit ja toisi kaikki yhteen jalkapallon merkeissä. Vuonna 2015 oltiin järjestetty ystävyysottelu Jo-

kerit FC:n ja kannattajien välillä. Tapahtuman suosio johdatti seuran hallituksen suunnittelemaan yksittäisen pelin sijaan turnausta, johon voisi osallistua useampikin kannattaja ja sidosryhmäläinen. (Westerholm 11.10.2017.)

Turnaus päätettiin järjestää Myllypuron urheilupuistossa. Myllypuron urheilupuisto valittiin useasta syystä. Jokerit FC järjesti aikoinaan ensimmäiset avoimet harjoitukset täällä. Myllypuron silloisella hiekkakentällä pelattiin myös Jokerit FC:n ensimmäinen harjoitusottelu ja myös ensimmäinen kotiottelu 7. divisioonassa. (Heinolainen 10.10.2017.) Jokerit on lisäksi seurana aina leimautunut Itä-Helsinkiläiseksi seuraksi. (Wickström 2012, 48.) Myöhemmin tekonurmeksi muuttunut kenttä tarjosi siis hyvät puitteet historian, laadun ja sijainnin näkökulmista. (Jaskara 10.10.2017.)

Vuoden 2016 Jokerit FC-Cupin osallistui kahdeksan joukkuetta. Jokerit FC ja Jokerit FC/2 edustivat järjestävää seuraa. Kannattajien joukkueita osallistui turnaukseen useampi ja myös yhteistyöravintola Idän Piste oli koonnut turnaukseen oman joukkueensa. Turnaus pelattiin kahdella pienellä kentällä siten, että kullakin joukkueella oli kerrallaan 6+1 pelaajaa kentällä. Turnaus pelattiin kahdessa lohossa, joissa molemmissa kaikki joukkueet kohtasivat toisensa kertaalleen. Välierissä lohkokyököt kohtasivat toisen lohkon kakkosen ja näiden otteluiden voittajat pääsivät finaaliin. Turnauksen voitti lopulta Jokerit FC:n edustusjoukkue, joka kukisti finaalissa reservijoukkueen luvuin 3-1. (Jaskara 10.10.2017.)

Turnauksen jälkeen siirryttiin kauppakeskus Itiksessä sijaitsevaan Idän Piste-ravintolaan jatkoille. Idän pisteessä suoritettiin myös palkintojenjako. Ensimmäinen Jokerit FC-Cup oli menestys ja sai osallistujilta paljon kiitosta. Tapahtumasta toivottiin tehtävän vuosittainen perinne. (Jaskara 10.10.2017.)



### 3 Yhteisöllisyys ja sen merkitys jalkapalloseuralle

Tämä teoriaosuus käsittelee yhteisöllisyyttä ja yhteisöä sekä edellä mainittujen vaikutuksia jalkapalloseuraan. Yhteisöllisyys valikoitui toiseksi teoriaosuudeksi siksi, että Jokerit FC Cup-jalkapalloturnauksen yksi päämääristä ja tavoitteista oli nimenomaan vahvistaa Jokerit FC-jalkapalloseuran yhteisöä ja tarjota seuran jäsenille tapahtuma, jossa kaikki voisivat kerääntyä yhteen. Jokerit FC viestii yhteisöllisyyden tavoittelun olevan seuralle tärkeä arvo sloganillaan ”Kannattajien seura”. Jokerit FC on kannattajien perustama ja kannattajia varten perustettu seura, jossa jokaisella jäsenellä on yhtäläinen äänioikeus seuran vuosikokouksessa. Tässä teoriaosuudessa käymme ensin läpi yhteisöllisyyttä yleensä ja sitten pureudumme tarkemmin yhteisöllisyyteen jalkapallon kontekstissa.

#### 3.1 Yhteisöllisyys ja yhteenkuuluvuuden tunne

Ei voi sanoa, että yhteisöllisyyden käsitteelle olisi yhtä aitoa, todellista ja ”oikeaa” tulkintaa. Yhteisöllisyyttä on monissa tapauksissa käytetty yleispätevänä käsitteenä kuvaamaan monenlaisia yhteistyömuotoja ja yhteistyötä ihmisten välillä. Yhteisöllisyyden perustana ja lähtökohtana on kuitenkin yhteiset arvot. Arvoja voidaan ajatella yhteisön näkymättömänä selkärankana. Ne ovat toimintatapoja ja -periaatteita, jotka yhteisön jäsenet hyväksyvät ja joiden mukaan pyritään toimimaan. Yhteisten arvojen ymmärtäminen ja hyväksyminen ovat yhteisöllisyyden kulmakiviä. Muita keskeisiä yhteisöllisyyden kokonaisuuden koostavia elementtejä ovat esimerkiksi yhdessä oleminen ja tekeminen, vuorovaikutus muiden ihmisten kanssa, tunne yhteenkuuluvuudesta sekä merkitykselliseltä tuntuvat ihmissuhteet. Ihmisten pahoinvointi on monesti nähty seurauksena edellä mainittujen asioiden puutteesta. Ihmiset kaipaavat, haluavat ja tarvitsevat edellä mainittuja asioita ja täten yhteisöllisyyttä. Yhteisöllisyyden ollaan siis huomattu vaikuttavan ihmiseen voimakkaasti. Siinä missä yhteisöllisyyden elementtien puute johtaa pahoinvointiin, katsotaan yhteisöllisyyden tukevan ainakin ihmisten terveyttä, hyvinvointia ja tuloksellisuutta, kuin myös vuorovaikutustaitoja ja empatiakykyä. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 5, 9, 11-12, 14.)

Yhteisöllisyys ei välttämättä aina näy, kuulu tai tuoksu. Sitä voidaan pitää myös jonkin yhteisön tai ryhmän yhteisenä henkenä tai tunnelmana. ”Yhteinen sävel” on yhteisöllisyyden ja yhteenkuuluvuuden tunteen tuotosta. Kuten jo aiemmin sanottiin, tärkeää ja olennaista on keskinäinen luottamus ja jaettu arvomaailma. Yhteisöllisyys on tunneälyä ja vaatii syntyäkseen tunteiden ymmärtämistä. Tunneälyä tarvitaan kaikilla elämän osa-alueilla, sillä tunteet vaikuttavat vahvasti ihmisten käyttäytymiseen ja sitoutumiseen. Myöskin ihmisten välisen luottamuksen syntyyn on tunneälyllä ja tunteilla suuri merkitys. Yhteisöllisyyden edellytyksiä ovat reaktiotavoistaan, tavoitteistaan ja tarpeistaan riittävän tietoiset yksilöt.

Näiltä yksilöiltä vaaditaan ymmärrystä yksilöllisyyden, yhteisöllisyyden ja vuorovaikutuksen todellisista olemuksista. Yhteisöllisyys puolestaan tarjoaa yksilöille yhteenkuuluvuuden tunnetta eri muodoissa. Yhteisöllisyys monesti myös kuuluu yksilöiden puheesta. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 17, 21, 24.)

Edellä mainittu yhteenkuuluvuuden tunne on edellytys ihmisten olemassaololle ja toiminnalle. Näin voi sanoa, koska yhteisöön kuuluminen on yksilölle arvokas voimanlähde ja yhteenkuuluvuuden tunne on puolestaan keskeinen voima, joka pitää yhteisön yhteisönä. Keskeistä yhteenkuuluvuuden tunteen kannalta on ”yhteen hiileen puhaltamisen” kokemus sekä yhteisen toiminnan saumattomuus ja sujuvuus. Oman sekä muiden yhteisön jäsenten roolien ja merkityksen tunteminen sekä salliva ilmapiiri ovat niin ikään tärkeitä yhteenkuuluvuuden tunteen syntymisen kannalta. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 21-22.)

Sopiva yhteenkuuluvuuden tunne vahvistaa kaikenlaisten yhteisöjen toimintaa. Liialla yhteenkuuluvuudella saattaa kuitenkin olla jähmettävä vaikutus. Se saattaa johtaa liian tiiviiseen samanmielisyyteen, jossa ihmiset luopuvat yksilöllisestä identiteetistään. Tämä häiritsee toimintakulttuuria. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 23.) Yhteenkuuluvuus liittyy siis voimakkaasti kaikenlaiseen yhteisön yhteiseen toimintaan, toimintatapoihin ja kulttuuriin sekä yhteisön yhteisiin symbolisiin merkityksiin. (Filander & Vanhalakka-Ruoho 2009, 41.)

### **3.2 Yhteisöt**

Yhteisöjä on paljon erilaisia. Ihmiset ja heidän kokemuksensa, toimintatapansa sekä ajattelunsa ovat yhteisön koostavia elementtejä. Yhteisön on sanottu myös olevan tietynlainen henkinen ja emotionaalinen tila, joka omalta osaltaan vaikuttaa yhteisön jäsenten tapaan kohdella sekä yhteisön jäseniä, että myös yhteisön ulkopuolisia ihmisiä. Yhteisön voi siis ajatella vaikuttavan ihmisten käyttäytymiseen ja vuorovaikutukseen kanssaihmissen kanssa. Yhteisö myös vaikuttaa omiin jäseniinsä määrittämällä normeja ja pelisääntöjä. Yksilöt vaikuttavat vastavuoroisesti yhteisöönsä ja sen toimivuuteen omien tekemisiensä ja arvovalintojensa kautta. Yhteisön jäsenten onkin tärkeää omata samankaltainen arvo maailma. Yhteisten arvojen sisäistäminen on yhteisössä tärkeää ja se auttaa jäseniä hahmottamaan yhteisön sisäisiä asioita paremmin. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 12, 14, 16.)

Aiemmin mainittujen arvojen tulisi näkyä ja konkretisoitua kaikessa yhteisön toiminnassa. Yhteisön yhteisten arvojen tulee olla kaikkien helposti ymmärrettävissä. Kaikkien yhteisön jäsenten tulee määritellä arvot samansuuntaisesti. Uskottavuus on myös tärkeä kriteeri mietittäessä yhteisön arvoja. Arvojen tulee kuvata asioita, joita yhteisö yhdessä haluaa tavoitella ja jotka ovat luonteeltaan yhteisöä kehittäviä. Liiallinen yhteisön samanmielisyys ei

kuitenkaan ole tavoiteltavaa, eikä millään tavalla ihanteellinen tilanne jähmettävän vaikutuksensa takia. Yhteisön sisäisessä kollektiivisessa päätöksenteossa tulisi olla jonkinlainen mekanismi, jonka avulla yksittäisten, keskenään erilaisten ihmisten ajatukset ja näkemykset voidaan sulauttaa ja yhdistää koko yhteisön yhteisiksi. Koska elämässä ainoa pysyvä asia on muutos ja kaikki elämä sekä toiminta ovat luonteeltaan muuttuvaa, on yhteisön ja sen jäsenten pystyttävä muuttumaan maailman mukana. Sopeutumis- ja uudistumiskykyisyys on tärkeää sekä yhteisölle että yhteisön koostaville yksilöille. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 14-15, 23, 41.)

Monesti yhteisöt ovat tapana jakaa kolmeen eri luokkaan. Ensimmäinen näistä on muodollinen yhteisö, josta esimerkki on rekisteröity yhdistys, eli Ry. Rekisteröity yhdistys voi hyvinkin olla olemassa, riippumatta jäsenten kokemasta yhteenkuuluvuuden tunteesta. Rekisteröity yhdistys eli muodollinen yhteisö ei vaadi kovinkaan suurta ajatusmaailman konsensusta jäsenissään. Toinen luokka on toiminnallinen yhteisö. Toiminnallisia yhteisöjä voivat olla esimerkiksi erilaiset kansanliikkeet. Tällaisessa yhteisössä tunne yhteenkuuluvuudesta on suuri ja jäsenillä on paljon vuorovaikutusta keskenään. Yhteiset ajatusmaailmat ja arvot korostuvat. Kolmas luokka on symboliset yhteisöt. Tällaisen yhteisön muodostumiseksi riittää, että jäsenet jakavat aatteellisen ajatusmaailman. Jäsenten sitoutuminen määrittää, rakentaa ja vahvistaa jäsenyyttä yhteisöön. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 10.) Pelkistetysti ajatellen yhteisössä on kyse siitä, mikä on yhteisön jäseniä yhdistävä tekijä, ja tuntevatko he yhteenkuuluvuutta vai eivät, ja jos tuntevat, niin kuinka paljon. (Filander & Vanhalakka-Ruoho 2009, 41.)

Yhteisö antaa ihmiselle tunteen siitä, että kuuluu johonkin. Yhteinen puhetapa ja ajatusmaailma ovat tärkeitä yhteisön ja tätä kautta ihmisen identiteetin muodostumiseen sekä käsitykseen omasta itsestä ja ympäröivästä maailmasta. Yhteisöllä on myös monia muita etuja sekä yksilön että yhteisön näkökulmasta. Tällaisia ovat esimerkiksi mentorointi, yhteistyö eri muodoissa, vertaistyöskentely, kollektiiviset kokemukset sekä asioiden tekeminen yhdessä. Kaikilla yhteisön jäsenillä on vastuu yhteisöllisyyden toteutumisesta. Yhteisön kannalta tärkeää on yhteisön muodostavien yksilöiden sitoutuminen ja sopeutuminen yhteisöön ja pelisääntöihin, luottamus ja vuorovaikutus jäsenten välillä, yhdessä ajatteleva oikoudenmukaisuuden periaatteen toteutuminen. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 17, 19, 76, 82-83, 86-87, 89-94, 96, 99-101.)

### **3.3 Yksilö yhteisössä**

Yhteisöt koostuvat ihmisistä eli yksilöistä, heidän toimintatavoistaan sekä ajattelusta. Yhteisö vaatii yksilöitä, joilla on riittävä ymmärrys yksilöllisyyden, yhteisöllisyyden ja vuorovaikutuksen olemuksista. Yhteisöllisyys vaatii yksilöiltä ainakin sopeutumiskykyä, joustavuutta, realistisuutta ja kykyä hallita omia tunteitaan. Myös vuorovaikutustaidot ovat arvokkaita. Omien tunteiden tunnistaminen ja ilmaiseminen ovat tärkeitä vuorovaikutuksen osia. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 16, 24-25.)

Yhteisöllisyyden voi sanoa perustuvan tunneälylle. Yhteisössä yksilön on siis tärkeä ymmärtää tunteita, sillä ne vaikuttavat ihmisten käyttäytymiseen, sitoutumiseen sekä luottamuksen syntymiseen. Tunneälyn voi jakaa kahteen osa-alueeseen. Intrapersonalliset kyvyt liittyvät yksilön oman persoonan ja sisimmän tuntemiseen. Tämä tarkoittaa kykyä ymmärtää omia tunteita sekä käyttäytymistä. Toinen osa-alue on interpersoonalliset kyvyt, eli henkilön kyky suhtautua ulkopuolisiin ihmisiin. Kyky ymmärtää muiden ihmisten tunteita, vastuunotto omista ihmissuhteista sekä empaattisuus ovat tällaisia kykyjä. Tunteet ovat tärkeitä yhteisön kannalta, koska ne ovat linkkejä ja yhteyksiä muihin ihmisiin ja yhteisön jäseniin. Tunteet myös toimivat motivaattorina ryhmiin hakeutumiseen ja niissä osallistumiseen. Tunneälyn lisäksi toinen termi joka tulee esille yhteisöllisyyden kontekstissa, on sosiaalinen äly. Se näkyy ennen kaikkea tilannetajuna. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 24-25, 28.)

Yhteisöllisyys ja yksilöllisyys eivät ole vastavoimia tai toisiaan poissulkevia. Parhaassa tilanteessa vaikutus on päinvastainen, jossa yhteisöllisyys ja yksilöllisyys tukevat toisiaan. Yksilö hyötyy yleisen hyvinvoinnin kannalta suuresti yhteisöstä ja yhteisöllisyyden tunteesta. Yhteisöön kuuluminen tarjoaa yksilölle myös mahdollisuuden kehittää itseään. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 25, 36, 39.)

### **3.4 Katsaus kannattajakulttuuriin ja yhteisöllisyyteen nyky-jalkapallossa**

Tässä kappaleessa teemme katsauksen jalkapallokannattamisen nykytilaan ja -olemuksen. Käymme läpi keskeisiä teemoja ja trendejä, joiden ymmärtämisen helpottamiseksi kerromme myös niihin liittyviä esimerkkejä. Tämä kappale pyrkii avaamaan tämänhetkisen kannattajamentaliteetin kirjoa ja kuinka kannattajat ovat tosiasiallisesti seuran yhteisöllisyyden sekä imagon tärkeimpiä elementtejä. Kerromme erilaisista kannattajista, kannattajaryhmistä ja syistä kannattaa jotain tiettyä seuraa. Teemme myös katsauksen kannattamisen sosiaalisiin, poliittisiin ja uskonnollisiin syihin ja seurauksiin, eli siihen, miten kannattajat vaikuttavat kannattamansa seuran arvovalintoihin ja päinvastoin. Selvitämme, miten

yhteisöllisyys syntyy seuran kannattajien yhteisistä kokemuksista, ideologioista ja uskomuksista. Myös seuran edustaman kaupungin menneisyydellä ja sosiaalisella tilanteella on huomattu olevan merkitystä seuraan ja sen kannattajiin.

### **3.4.1 Kannattajien seurat**

Kansainvälinen jalkapallomaailma on viime vuosina joutunut vaikean kysymyksen eteen. Kysymys on, mikä on jalkapallon todellinen olemus ja merkitys nykyään? Jalkapallosta on viime vuosina tullut enenevissä määrin maailmanlaajuista bisnestä. Pelaajista maksetut siirtopalkkiot ovat kasvaneet räjähdysmäisesti viime vuosina ja seurat joilla ei ole rikkaita omistajia, eivät usein pärjää maailman parhaissa liigoissa ja kansainvälisissä kilpailuissa. Monissa maailman tärkeimmistä liigoista joukkueet ovat hinnoitelleet kausikorttiansa ja yksittäisten ottelulippujensa hinnoilla vähempituloiset kannattajansa ulos stadioneiltaan. Tämä on tietysti luonut vastareaktioita ympäri maailman, myös Suomessa. (Karinti 2017.)

Kaukana rahakentiltä, jalkapallon syvin olemus ja yhteisöllisyys ovat kuitenkin tallessa. Maailmalla kannattajat ovat aktivoituneet ja perustaneet omia seurojaan esimerkiksi protestina kannattamansa seuran seurajohdolle. Toinen syy, joka on Suomessa ehkä yleisempi, on antaa uusi elämä esimerkiksi konkurssiin menneelle tai pois myydylle seuralle. Seuroja johdetaan kannattajien toimesta ja talkootyö on koko toiminnan kannalta elintärkeää. (Karinti 2017.)

Edellä mainitun kaltaisia seuroja ovat esimerkiksi englantilaiset alasarjaseurat FC United of Manchester ja AFC Wimbledon. Molemmat ovat Englannissa kannattajien toimesta perustettuja ”protestiseuroja”. FC United of Manchester, eli FCUM perustettiin vuonna 2005, kun suuri ryhmä Manchester United FC:n kannattajia, jotka vastustivat amerikkalaisen liikemiehen Malcolm Grazerin asteittaista seuran valloitusta, päättivät toimia. Manchester Unitedin kannattajat olivat useamman vuoden ajan yrittäneet estää Malcolm Grazerin muuttumista pääosakkaaksi, siinä kuitenkin onnistumatta. Kannattajille viimeinen osuma oli ottelulippujen hintojen merkittävä nousu, monen muun uuden seurajohdon tekemän ja kannattajakunnan vastustaman päätöksen ohella. Kannattajat eivät halunneet siirtyä kannattamaan toista seuraa, koska se ei tuntuisi ”omalta”. Ainoaksi vaihtoehdoksi jäi siis perustaa kokonaan uusi seura sarjatasopyramidin pohjalle, jonka sloganiksi tulisi ”Our club, our rules”, eli suomeksi ”Meidän seura, meidän säännöt”. (FC United of Manchester 2017.) Seuran omistaa ja sitä johtaa vielä tätä kirjoittaessakin sen jäsenet. Jäsenyys seurassa on kaikille avoin ja jokaisella jäsenellä on yksi yhtä arvokas ääni käytössä seuran asioista päätettäessä. Seura on myös noussut useamman sarjataso historiansa aikana. (Football Club United of Manchester 2015.)

AFC Wimbledon perustettiin vuonna 2002 vastauksena alkuperäisen Wimbledon FC:n saadessa luvan nimenmuutokselle ja muuttamiselle Etelä-Lontoosta Milton Keynesiin, Buckinghamshireen. Alkuperäinen Wimbledon FC siis muutti Milton Keynesiin vuonna 2003, jolloin nimi vaihtui MK Dons F.C.:ksi. Tästä kannattajat eivät pitäneet. Kannattajat eivät halunneet sallia ylpeän, yli satavuotisen Wimbledon historian kuolla, vaan tarttuivat toimeen perustaakseen seuran, jossa kannattajat päättäisivät asioista. (AFC Wimbledon 2017.) Tämä Wimbledon onkin monien silmissä edelleen se ainoa oikea Wimbledon. Raha muutti ja turmeli alkuperäisen Wimbledonin. Kannattajien merkitys tässäkin tapauksessa on selvä ja merkittävä. (Vainikainen 2012.)

### **3.4.2 Poliitiikan, uskonnon, maantieteellisen sijainnin ja historian merkitys**

Skotlantilaisseurojen Celtic FC:n ja Glasgow Rangersin väliset ottelut tunnetaan jalkapalloväen keskuudessa nimellä Old Firm. Nämä kaksi seuraa ovat ylivoimaisesti menestyneimpiä Skotlannin pääsarjassa. Seurojen välinen kilpailu alkoi jo vuonna 1888, kun Celtic FC perustettiin ja seuran perustajat pyysivät jo 1872 perustetun Rangersin vastustajakseen oman stadioninsa avajaisiin. (Forsyth 2016.) Ensimmäisten seurojen välisten otteluiden jälkeen ajateltiin syntyneen suuri jalkapalloystävyyys. Seurojen ja erityisesti niiden kannattajien välit alkoivat kiristymään vasta 1910-luvulla, kun Irlannin poliittisen tilanteen epävakaus alkoi näkyä Skotlannissa asti. Irlantilaismaahanmuuttajien toimesta Pyhän Marian kirkossa Glasgowssa alun perin hyväntekeväisyysmielessä perustetun Celticin ja kaupungin vanhemman seuran Rangersin välien kiristymiseen liittyivät esimerkiksi Irlannin pääsiäiskapina ja ensimmäisen maailmansodan tapahtumat. Rangers teki tällöin linjauksen, ettei palkkaisi seuraan yhtäkään roomalaiskatolista pelaajaa. Tämä linjaus purettiin vasta 1989. Vielä tänäkin päivänä Rangers kuitenkin tunnetaan Skotlannin protestanttien seurana ja Celtic puolestaan katolisten seurana. (Haughton 2017.)

Beitar Jerusalemista on tullut Israelilaisen äärioikeiston, sionismin ja ääriuskonnollisuuden symboli ja äänitorvi. Seuran kannattajat ovat pahamaineisia ja tunnettuja rasistisista lauluistaan ja huudoistaan. (Wollaston 2016.) Seura saavutti maailmanlaajuista kyseenalaista kuuluisuutta vuonna 2013, kun siihen palkattiin kaksi Tsetsenian muslimia. Beitarin kannattajat olivat raivoissaan, eivätkä voineet hyväksyä, että heidän seuraansa oltiin palkattu muslimieja. Seuran kannattajat saapuivat sankoin joukoin joukkueen harjoituksiin ja seuran puheenjohtajan asunnolle vastustamaan muslimipelaajia ennen kauden alkua. Kauden ensimmäisessä ottelussa toinen seuraan ostetuista muslimipelaajista, Zaur Sadayev, teki maalin. (Dawber & Walker 2013.) Koko Beitarin äärikannattajien ryhmänä tunnettu ”La Familia”-niminen ryhmittymä käveli ulos stadionilta protestina tälle maalille. Vuonna 2014 kuitenkin toinen osa seuran kannattajista päätti perustaa oman seuransa, Beitar Nordia

Jerusalemiin, koska eivät jakaneet oikeistolaisia ja äärisionistisia näkemyksiä, mistä seura oli viime vuosina tullut kuuluisaksi ja minkä asialla seuran vaikutusvaltaiset kannattajaorganisaatiot olivat. (Slemrod 2015.)

Urheilu ja politiikka sekoittuvat usein. FC St. Pauli ja sen kannattajat ovat tunnettuja vasemmistolaisen ja vihreän aatteen kannattajia. St. Pauli perustettiin Hampurin St. Paulin kaupunginosaan, joka on tunnettu siellä sijaitsevasta Saksan ehkäpä kuuluisimmasta kadusta Reeperbahnista, joka toimii Hampurin yöelämän keskuksena. Katu on myös kuuluisa punaisten lyhtyjen alue. Seuran juuret ja nykyinenkin stadion siis sijaitsevat alueella, joka on tunnettu marginalisoiduista, alistetuista ja syrjityistä ihmisryhmistä. (Rebel Ultras 2016.) Seuran ja sen kannattajien agenda on kaikenlaisen syrjinnän vastustaminen, hyväntekeväisyystyö ja ihmisoikeudet. FC St. Paulia pidetään syrjinnän vastaisten kampanjoiden edelläkävijänä ja se kampanjoi edelleen tärkeiden yhteiskunnallisten asioiden puolesta. Vuonna 2006 St. Pauli järjesti tunnustamattomien valtioiden maailmanmestaruuskilpailut, solidaarisuudesta ”sorrettuja” kohtaan. (Montague 2010.) Nykyään St. Pauli on kansainvälisesti tunnettu ja kannatettu kulttimaineessa oleva seura, jonka vasemmistolaisia ja monesti anarkistisia aatteita ihannoivat kannattajat kamppailevat jalkapallon kaupallistumisen vastustamisen ja oman seuran menestyksen toivomisen välissä. Monelle St. Paulin kannattajalle menestys on kuitenkin toissijaista. Tärkeintä on rakkaus jalkapalloa kohtaan ja se että jalkapallo kuuluu kaikille, paitsi niille jotka haluaisivat sulkea tiettyjä ryhmiä jalkapallon ulkopuolelle. (Hesse 6.9.2015.) St. Paulin pahimpana vihollisena pidetään Hansa Rostockia. Näiden joukkueiden välisiä otteluita kutsutaan ”poliittiseksi derbyiksi” tai ”pelon derbyiksi”. Hansa Rostockin kannattajia pidetään Saksan äärioikeistolaisimpina ja seuran kannattajilla tiedetään olevan yhteyksiä uusnatsi-organisaatioihin. (Rainbow 10.10.2011.)

St. Paulinkin kannattajia radikaalimpina pidetään italialaisseura AS Livornon kannattajia. AS Livorno on ollut ylpeä vasemmistolaisen ja kommunistisen aatteen liputtaja perustamisestaan asti. Livornon kaupunki on Italian kommunistisen puolueen syntypaikka ja tällä satamakaupungilla onkin vahva kommunistinen menneisyys. Kaupungin kommunistinen ja työväenluokkainen menneisyys on niin vahvasti osa sen asukkaiden mentaliteettia ja nykyhetkeäkin, että AS Livorno ja kommunistinen aate ovat erottamattomassa symbioosissa. Seuran kannattajat juhliivat joka vuosi Josif Stalinin syntymää näyttävästi. St. Paulin kannattajien tavoin, myös AS Livorno ja sen kannattajat ovat huomanneet vaikeuden pysyä uskollisena kapitalismin vastaiselle aatteelleen nykypäivän kaupallistuvassa jalkapallomaailmassa. Seura on pudonnut Italian pääsarjasta aina kolmanneksi korkeimmalle sarjatasolle saakka. Seuran kohtalon uskotaan olevan edessä myös niillä harvoilla seuroilla, joiden kannattajilla on vastaavan kaltaisia vahvoja vasemmistolaissympatioita ympäri Eu-

roopan. Vasemmistolainen aate kannattajien keskuudessa on aina ollut selvässä vähemmistössä eurooppalaisessa jalkapallossa ja jotkut väittävät merkkien aatteen suosion laskusta olevan näkyvissä. (Cullimore 2015.)

Myös Espanjassa jalkapallon erottaminen politiikasta on usein mahdotonta. Maailman ehkä kuuluisin jalkapallo-ottelu on FC Barcelonan ja Real Madridin välinen El Clásico, Klassikko. Tämän otteluparin kiihkeyden juuret ulottuvat kauas, aina kansallismielisen diktaattorin, kenraali Francisco Francon aikoihin saakka. Seurattuaan sekä Adolf Hitlerin, että Benito Mussolinin toimia Saksassa ja Italiassa, Franco huomasi jalkapallon olevan potentiaalinen propagandatyökalu. Franco otti pääkaupungin suurseuran Real Madridin omakseen 1930-luvun alussa ja muokkasi siitä oman fasistisen johtajuutensa personifikaation. Real Madridista tuli Francon vallan ja espanjan kansallismielisten symboli, kun taas alisteista FC Barcelonasta, joka oli jo ennestään itsenäisyyttä havittelevan Katalonian ylpeys, tuli vastarinnan ruumiillistuma. Francon sanotaan junailleen Real Madridille suotuisia asemia Espanjan jalkapallossa esimerkiksi pelottelemalla poliisin avulla Barcelonan pelaajia ennen tärkeitä otteluita. Francon kumotessa myös Katalonian autonomisen aseman tilanne kiristyi entisestään. Franco vihasi häviämistä ja vaikeutti FC Barcelonan toimintaa koko vallassa olonsa ajan, esimerkiksi sekaantumalla pelaajakauppoihin ja Barcelonan seurajohdon liiketoimintaan. Korruptio oli tällöin vallassaan ja jo ennestään tulehtuneet välit kansallismielisten espanjalaisten ja separatististen katalaanien välillä huononivat entisestään. (Mehrotra 2014.) Näistä ajoista lähtien tämä jalkapallokalenterin yksi merkittävimmistä tapahtumista on ollut politisoituneempi kuin useimmat ymmärtävät. (Tremlett 2011.)

Kun Katalonian itsenäistyminen on taas 2010-luvulla noussut ajankohtaiseksi puheenaiheeksi, on monesti FC Barcelona nostettu keskiöön Katalonialaisen ylpeyden symbolina. FC Barcelonan puheenjohtaja Josep Maria Bartomeu ilmoitti kuitenkin lokakuussa 2017 poliittisen kuohunnan keskellä, että Barca ei suostu olemaan poliittinen pelinappula, samalla kuitenkin ilmoittaen Barcan kannattavan demokratiaa ja oikeutta päättää itse. (Adekunle 2017.) Riippumatta kuitenkin Bartomeun sanomisista, Espanjassa nähdään Barcan ja Realin kohdatessa panoksien olevan paljon isommat kuin vain jalkapallo-ottelun voitto. Monet näkevät sen kulttuurillisena sisällissotana. Monet katalaanit myös näkevät FC Barcelonan omana epävirallisena maajoukkueenaan, vaikka seurassa pelaakin useita ulkomaalaisia. FC Barcelonan stadionilla, Camp Noulla liehuukin peleissä usein Katalonian liput. Myös seuran motto, "Més que un club", on katalaaniksi ja tarkoittaa suomeksi käännettynä "Enemmän kuin seura". (West 2017.)

Vuonna 2008 Copa del Reyn, eli Espanjassa pelattavan "Kuninkaan Cup" -turnauksen finaalissa pelasi FC Barcelonan lisäksi Baskimaan Bilbaosta kotoisin oleva Athletic Bilbao.



Kuten Katalonia, myös Baskimaa on Espanjan sisäinen itsehallintoalue, jolla on pitkään ollut toiveita itsenäistymisestä. (Rodriguez 2015.) Kun seurat kohtasivat turnauksen finaalissa, molempien seurojen kannattajat aiheuttivat suurta kohua buuaamalla yhteen ääneen, kun stadionilla soitettiin Espanjan kansallislaulu. Asiaa vakavoitti Espanjan kuninkaan, jonka mukaan turnaus on siis nimetty, läsnäolo stadionilla. Athletic Bilbao on Baskimaassa samassa asemassa kuin Barca Kataloniassa. Seuran merkitys kansallistunteelle on valtava. (Burns, 2017.)

Yksi tekijä urheilujoukkueen imagon ja kannattajien yhteisöllisyyden tunteen kannalta, voi olla myös kannattajien sosiaalinen asema. Rio de Janeirossa, Brasiliassa on neljä pääsarjajoukkuetta, joiden keskinäiset ottelut ovat aina merkittäviä paikalliskamppailuja, mutta kaikista merkittävin ottelu Brasilian jalkapallokalenterissa on Flamengo ja Fluminensen keskinäinen kohtaaminen, O Clásico. Toinen nimitys seurojen väliselle kohtaamiselle on ”Väkijoukkojen derby”. Tämän nimityksen tämä ottelupari sai, kun vuonna 1963, arviolta 210 000 katsojaa ahtautui historiallisen Maracana-stadionin lehtereille katsomaan Fluminensen ja Flamengo välistä ottelua. (Redondo 2013.) Näiden joukkueiden väliset ottelut ovat kiivaita, koska niiden kannattajien katsotaan edustavan eri sosiaaliluokkia Rio de Janeiron kaupungissa ja laajemmin myös Brasiliassa. Fluminense tunnetaan Brasiliassa vauraan yläluokan ja aristokraattien joukkueena, kun taas Flamengo on leimautunut ”tavallisen kansan joukkueeksi”. Poliittisesta ja sosiaalisesta polarisaatiosta puhuttaessa, Brasiliassa käytetäänkin monesti termiä ”Fla-Flu jako”. (Mur 2015.) Lisämielenkiintoa seurojen välisiin asetelmiin lisää se, että niillä on yhteistä historiaa. Clube de Regatas do Flamengo perustettiin vuonna 1895 soutuseurana. Fluminense Football Clubin puolestaan perustivat vuonna 1902 Englannissa opiskelleet ja jalkapalloon rakastuneet brasilialaiset omistajat. Vuonna 1911, kahdeksan Fluminensen pelaajaa ajautui riitoihin seurajohdon kanssa ja päättivät yhdessä Flamengo'n soutuseuran johdon kanssa perustaa Flamengoille jalkapallojaoston. Fluminensen ja Flamengo välinen ensimmäinen ottelu pelattiin vuonna 1912. Kumpikin joukkue kuuluu Brasilian menestyneimpiin ja on voittanut useita mestaruuksia. Flamengo on kuitenkin nykyään seuroista suosituimpi ja jalkapallon maailman keskusliitto FIFA arvioi sen olevan Etelä-Amerikan toiseksi arvokkain urheiluseura. (Gault 2015.)

## 4 Urheilutapahtuman järjestäminen

Tapahtuman järjestäminen on projekti. Jokainen projekti on oma kokonaisuutensa ja se voidaan määritellä eri näkökulmista. Jokaiselle projektille olennaista on kuitenkin selkeä tavoite, joka pyritään saavuttamaan projektityöllä. Projektin läpiviemiseen on olemassa suunnitelma ja sitä johdetaan ja ohjataan. Sen toteuttamiseksi kerätään joukko ihmisiä, joilla on omat vastualueet ja roolit. Projektilla on aikataulu, päättymispäivä sekä taloudelliset reunaehdot. Sen etenemistä ja tuloksia seurataan. Projektin luonteeseen vaikuttaa sille asetetut tavoitteet. Tavoite määrittää projektiryhmän koon, osaamisen tarpeen, olosuhteet, keston sekä odotettavissa olevat väli- ja lopputulokset. (Kettunen 2009, 10, 15,17.)

Tapahtumat voidaan jakaa kokonsa puolesta todella suuriin, alueellisiin, suuriin sekä pieniin tapahtumiin. Suurin osa tapahtumista on pieniä tapahtumia. Tapahtumat voidaan luokitella myös niiden tyypin mukaan uskonnollisiin tapahtumiin, urheilutapahtumiin, musiikkitapahtumiin, kulttuuritapahtumiin, kaupallisiin tapahtumiin, poliittisiin tapahtumiin, henkilökohtaisiin tapahtumiin sekä bisnestapahtumiin. (Raj, Walters & Rashid 2013, 12-15; Van Der Wagen & Carlos 2005, 4-7.)

Tapahtuman järjestäminen on projektityypiltään toteutusprojekti. Niiden tavoitteena on luoda ennalta määritellyn lopputuloksen mukainen toteutus. Toteutusprojektit ovat yleensä toistuvia tapahtumia, jotka järjestetään aina omana projektinaan, mutta noudattaen tiettyjä toimintamenetelmiä. Aikataulu on usein haaste ja joustamaton tekijä toteutusprojekteille, jonka mukaan projektin on kuljettava eteenpäin. Niissä kiire ja työn määrä kasvavat loppua kohden. Lisäksi toteutusprojekteille tyypillisiä ovat useat ulkoiset tekijät ja niiden tuomat riskit. Kaikki osatekijät luovat omat haasteensa projektin onnistumiselle ja sen taloudelliselle tulokselle. Pelkästään sateinen sää voi johtaa tapahtuman ja projektin epäonnistumiseen, vaikka muut osatekijät olisivatkin kohdallaan. Toteutusprojektin onnistumista ja taloudellista tulosta voidaan arvioida yleensä vasta toteutuksen jälkeen. (Kettunen 2009, 24-25.)

Urheilutapahtumia järjestetään kaikkialla maailmassa kaiken ikäisille ja kuntoisille ihmisille. Tapahtumat voivat keskittyvät vain yhteen lajiin tai sisältää useampia eri urheilumuotoja. Kilpailutyyppejä on paljon ja tapahtumien kesto on yhdestä päivästä aina ympärivuotisiin mestaruuskilpailuihin saakka. Sosioekonomisessa ulottuvuudessa on amatööri- ja ammattitapahtumia, jotka voivat olla julkisia tai yksityisiä. On tärkeää, että niin aloittelijoille kuin kokeneemmille harrastajille löytyy omantasoisia tapahtumia, jotta kaikilla on mahdollisuus kokea saavuttamisen ja onnistumisen tunteita. (Masterman 2005, 13.)

Yksi konsepti vallitsee kaikissa urheilutapahtumissa. Ne ovat kaikki viihdettä. Tämä pätee, oli tapahtumalla katsojia tai ei, sillä myös osallistujat ovat tapahtumassa mukana loppupeleissä oman hupinsa vuoksi. Urheilutapahtumat ovat merkittävä osa viihdeteollisuutta. (Masterman 2005, 15.)

#### **4.1 Konsepti**

Tapahtuma suunnitellaan aina tapahtumakonseptin mukaan. Sen luomisessa tulee ottaa huomioon lukuisia tekijöitä, kuten tapahtuman tarkoitus, teema, projektiryhmä, käytettävissä olevat resurssit, kohderyhmä sekä tapahtuman paikka ja aika. Tärkein kaikista elementeistä on kuitenkin tapahtuman tarkoitus eli idea, joka ohjaa projektia jokaisessa sen vaiheessa. Hyvä tapahtumakonsepti on yksinkertainen, selkeä ja elää ajassa. Vaikka tapahtuman sisältö tai teema muuttuisi, konseptin ydin pysyy samana. Toimiva tapahtumakonsepti lisää tehokkuutta ja säästää kustannuksia, jos tapahtuma on toistuva. (Vallo & Häyrinen 2016, 65; Van Der Wagen & Carlos 2005, 20-21.)

Teema nitoo yhteen kaikki tapahtuman eri osa-alueet. Teema on pohja tapahtuman perusteella luotavalle mielikuvalle, joten sen valinnassa tulisi käyttää harkintaa. Teeman tulisi myös vastata asiakkaiden tarpeisiin. Se voi liittyä esimerkiksi tiettyyn maahan tai maanosaan, TV-sarjaan, vuosikymmeneen tai vuodenaikaan. Teeman vahvuus vaihtelee tapahtumittain. Sen tulisi kuitenkin näkyä koko tapahtuman ajan kutsusta aina jälkimarkkinointiin asti esimerkiksi sisustuksessa, valaistuksessa ja erikoistehosteissa. Teemaa voidaan vahvistaa luovilla elementeillä, kuten väreillä, sijainnilla, taiteella tai huumorilla. (Vallo & Häyrinen 2016, 236, 238; Van Der Wagen & Carlos 2005, 21, 150-151.)

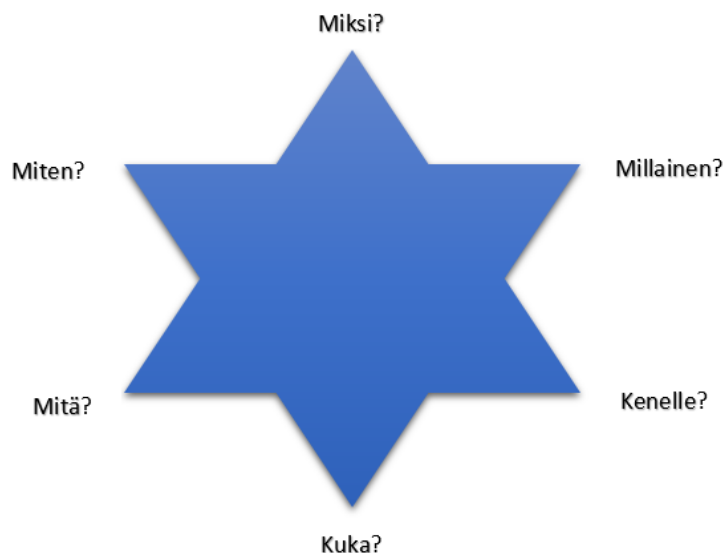
Tapahtumalle tulee aina olla laadittuna tavoitteet. Ne vaihtelevat tapahtuman ja sen luonteen mukaan. Ihannetilanteessa tavoitteet ohjaavat koko tapahtumaa, sen suunnittelua ja toteutusta. Lisäksi tapahtuman tulokset usein mitataan tavoitteiden pohjalta. Hyvät ja järkevät tavoitteet ovat tarkoin määriteltäviä, realistisia sekä mitattavissa ja saavutettavissa olevia. Selkeä mittareiden määrittely helpottaa tapahtuman suunnittelua ja myöhemmin sen onnistumisen arviointia. Prosenttien ja myynnin seuraaminen ovat tavallisia mittaamiseen käytettäviä tapoja. (Vallo & Häyrinen 2016, 59-60; Van Der Wagen & Carlos 2005, 117.)

Tavoitteet voivat olla teknisiä, muutos- tai vaikuttavuustavoitteita. Teknisiä tavoitteita ovat esimerkiksi pyrkimys tiettyyn osallistujamäärään tai yleisesti sen kasvattamiseen sekä tapahtuman tunnelman luominen. Muutostavoitteita voivat olla asenteen muuttaminen tai

uusien ideoiden kehittäminen ja oppiminen. Vaikuttavuustavoitteita ovat muun muassa tehokkuuden ja ilmapiirin parantaminen sekä uusien asiakkuuksien ja kontaktien luominen. Teknisiä ja muutostavoitteita voidaan mitata heti tapahtuman jälkeen, mutta vaikuttavuus näkyy vasta pitkällä aikavälillä. Sitä tulisi mitata vasta muutaman kuukauden päästä tapahtumasta. (Vallo & Häyrinen 2016, 59-60.)

Tapahtuman onnistuminen riippuu sovitusta tavoitteista eli lähtökohdasta sekä onnistumisen mittaamiseen valituista mittareista. Tapahtuman tavoitteiden pohtimiseen käytetään usein liian vähän aikaa. Lopputuloksena voi olla epämääräinen kokonaisuus, jonka onnistumisen arviointi on vaikeaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 60, 132-133.)

Onnistunutta tapahtumaa voidaan kuvata tähdenä. Se muodostuu kahdesta kolmiosta; strategisesta ja operatiivisesta (Kuvio 1). Kumpikin kolmio sisältää kolme kysymystä, joihin tulee osata vastata ennen kuin voidaan siirtyä tapahtuman suunnitteluvaiheeseen. (Vallo & Häyrinen 2016, 121,128.)



Kuvio 1. Onnistunutta tapahtumaa kuvaava tähti, joka sisältää strategiset sekä operatiiviset kysymykset (Vallo & Häyrinen 2016, 128.)

## 4.2 Suunnittelu

Suunnitteluvaihe on yksi projektin tärkeimmistä vaiheista koko sen elinkaaren aikana. Sille on varattava siis riittävästi aikaa. Tapahtumaprosessin aika-akselista 75 prosenttia koostuu pelkästään suunnittelusta. Suunnitteluvaihe on pääasiassa ajattelutyötä. Hyvän suunnittelun seurauksena epävarmuus vähenee, kun jokainen projektiorganisaation jäsen on tietoinen ja samaa mieltä siitä, mitä tehdään ja miten tehdään. Yhteisymmärrys eri toimijoiden välillä kasvaa selkeiden tavoitteiden tuloksena. Hyvän suunnitelman myötä riskit

pystytään minimoimaan ja resursseja käytetään tehokkaasti, joka puolestaan lisää tehokkuutta. (Kettunen 2009, 54-55; Vallo & Häyrynen 2016, 189, 191.)

Jokaiselle projektille tyypillisen projektisuunnitelman laatiminen on suunnitteluvaiheen ensimmäisiä tehtäviä. Sitä varten projektiryhmä tarvitsee tiedot määritellyistä tavoitteista ja tarkoista vaatimuksista lopputulokselle, käytettävissä olevista resursseista, budjettirameista, aikataulusta sekä mahdollisista rajoitteista. Projektisuunnitelman laajuus vaihtelee projektin koon mukaan, samoin kuin suunnitelman laatimiseen varattava aika. Nyrkkisääntönä voidaan kuitenkin pitää 10-20 prosenttia kaikesta projektin vaatimasta työstä. (Kettunen 2009, 91-93.)

Projektisuunnitelma koostuu usein monista dokumenteista ja liitteistä. Siitä tulee käydä ilmi ainakin projektin lähtökohta ja tavoite, organisaatio, aikataulu, kustannusarvio, riskit ja niiden hallinta, viestintä ja dokumentointi sekä päättäminen. Pienet yksityiskohdat voidaan kuitenkin jättää suunnitteluvaiheessa vielä auki ja tarkentaa ne projektin myöhemmissä vaiheissa. Hyvä suunnitelma ei ole koskaan valmis, vaan se elää ja muuttuu tapahtuman edetessä. Suunnitelmaa tulee jatkuvasti päivittää. Huonosti tehty projektisuunnitelma voi taasen kostautua projektin myöhemmissä vaiheissa esimerkiksi ylimääräisinä kustannuksina. (Kettunen 2009, 55, 93, 98-99.)

#### **4.2.1 Organisaatio**

Koko tapahtumaprojektin keskeisin rooli on projektipäälliköllä. Hän on vastuussa tapahtuman suunnitelmasta, budjetoinnista, tuotannosta, toteutuksesta sekä seurannasta. Projektipäällikkö johtaa, delegoi, raportoi ja tekee päätöksiä liittyen projektin asioihin ja henkilöihin. Tärkein tehtävä on kuitenkin varmistaa, että kaikki sovitut asiat toteutuvat suunnitelmien mukaisesti. Hyvä projektipäällikkö on täysin sitoutunut tehtäväänsä ja kantaa siitä vastuun. Asenteellaan hän kannustaa ja innostaa muita. (Vallo & Häyrynen 2016, 266-267; Kettunen 2009, 29.)

Pienemmissä projekteissa projektipäällikkö saattaa olla projektin ainoa henkilöresurssi. Miehittäminen ja toiminnan kontrolloiminen ovat tällöin suhteellisen helppoa, mutta ilman ulkopuolista valvontaa projekteilla on tapana venyä ja viivästyä. Projektilla tulisi olla projektipäällikön lisäksi ohjausryhmä tai ainakin projektin omistaja, jolle raportoidaan säännöllisesti projektin etenemisestä. Ohjausryhmän rooli projektissa on seurata sen edistymistä sekä tehdä päätöksiä koskien projektisuunnitelman tai tehtävälistan muutoksia. (Kettunen 2009, 129, 147.)

Projektipäällikön alaisuudessa toimii projektiryhmä. Siihen voi kuulua ihmisiä omasta organisaatiosta, yhteistyökumppaneista ja esimerkiksi alihankkijaorganisaatioista. Mitä suurempi tapahtuma, sitä enemmän tarvitaan henkilöstöä sen järjestämiseen. Projektipäällikön tehtävänä on huolehtia, että jokainen projektin jäsen tietää tehtävänsä ja aikataulunsa sekä toimii tapahtuman tavoitteiden mukaisesti. (Vallo & Häyrinen 2016, 268, 271.)

Etenkin suurissa projekteissa työt ja vastuu on hyvä jakaa eri osakokonaisuuksiin useammalle pienemmälle projektiryhmälle. Osaprojekteilla on omat vastuuhenkilöt, jotka johtavat projektejaan eteenpäin itsenäisesti ja raportoivat projektipäällikölle yhteisissä projektikokouksissa. Kokouksissa seurataan projektin edistymistä ja huolehditaan eri osaprojektien välisestä yhteistoiminnasta. Projektipäällikön vastuulla on koordinoida pienempien projektiryhmien työskentelyä. Tätä kutsutaan hierarkkiseksi organisaatiomalliksi ja se yleisin projektityössä käytettävä organisoitumismuoto. (Vallo & Häyrinen 2016, 271-272; Kettunen 2009, 146-147.)

Varsinkin tapahtumaprojekteissa vapaaehtoistyöntekijät voivat olla iso osa organisaatiota. Heidän työtehtäviä tapahtuman aikana voivat olla esimerkiksi tuomarointi, liikenne- ja pysäköintihallinta tai ensiapu. Tarkoituksena on tarjota vapaaehtoisille mieleenpainuva ja monipuolinen uusi kokemus, josta hyötyvät sekä tapahtuman järjestäjä, että vapaaehtoinen. Vapaaehtoistyö tarjoaa mahdollisuuden sosiaaliseen kanssakäymiseen sekä aktiivisuuden mieleisen asian, esimerkiksi harrastuksen parissa. Muusikon, urheilijan tai muun tunnetun henkilön tapaaminen tapahtumassa voi olla vapaaehtoiselle mittaamattoman suuri palkkio tehdystä työstä. (Van Der Wagen & Carlos 2005, 180-181.)

#### **4.2.2 Kohderyhmä**

Ennen kuin tapahtuma voidaan järjestää, tulee sen kohderyhmästä olla selvä näkemys. Kohderyhmä pitää tuntea hyvin, jotta juuri heitä puhutteleva, oikeankokoinen ja -näköinen tapahtuma on mahdollista järjestää. Kohderyhmä voi koostua suuresta yleisöstä tai rajatusta kutsuvierasjoukosta. Kohteena voivat olla esimerkiksi yrityksen nykyiset tai potentiaaliset asiakkaat, yhteistyökumppanit ja lehdistön tai median edustajat. (Vallo & Häyrinen 2016, 145, 147.)

Kohderyhmää tulee analysoida tarkasti ja muistaa, että se mikä sopii yhdelle, ei sovi kaikille. Huomioon otettavia seikkoja ovat muun muassa ikä, perhesuhde, arvot, harrastukset sekä muut kiinnostuksen kohteet. (Vallo & Häyrinen 2016, 147-148.) Asiakkaiden segmentointi saa tavoitteet ja teot kohtaamaan ja se suuntaa rajalliset resurssit niihin asiak-

kaisiin, jotka mahdollistavat parhaiten tavoitteiden saavuttamisen. Resurssien kohdentuminen siis terävöityy ja segmentoinnin avulla päästään lähemmäksi asiakasta. Ei ole olemassa yhtä ainoaa tapaa segmentoida, eikä sama segmentointi sovi kaikkiin tehtäviin tai tapahtumiin. Onnistunut segmentointi pohjautuu kuitenkin aina tietoon. (Heliskoski 7.4.2016.)

#### **4.2.3 Paikka ja aika**

Tapahtumapaikka voi olla mikä tahansa tila. Sen valinnassa on kuitenkin otettava huomioon lukuisia tekijöitä, kuten sijainti, kulkuyhteydet, pysäköintimahdollisuudet, turvallisuus, tekniikka sekä tapahtumapaikan mahdollisuus täyttää tapahtuman tavoitteet. Tapahtumapaikan tulisi sopia organisaation imagoon ja järjestettävän tapahtuman luonteeseen. Ulkotilaisuuksia varten on hyvä olla varasuunnitelma sateisen tai myrskyisen sään varalle. Varasuunnitelma voi olla esimerkiksi katos, teltta tai jaettavat sadetakit. Valintaa tehtäessä on myös huomioitava, onko osallistujissa mahdollisesti liikuntaesteisiä, kuten pyörätuolilla liikkuvia. (Van Der Wagen & Carlos 2005, 24-25; Vallo & Häyrinen 2016, 167, 169-170.)

Hyvin harvoin tapahtumapaikka toimii sellaisenaan, mutta sopivalla somistuksella tilasta kuin tilasta voi saada kelvollisen. Hyviä somisteita ovat esimerkiksi valaistus ja kankaat, joilla pystyy luomaan haluttua tunnelmaa. Tapahtumapaikan valinnassa pitää ennen kaikkea pyrkiä täyttämään mahdollisimman hyvin asiakkaiden ja yleisön toiveet, mahdollisimman pienin kustannuksin. (Van Der Wagen & Carlos 2005, 25; Vallo & Häyrinen 2016, 170-171.)

Tapahtuman ajankohta vaikuttavaa oleellisesti siihen, kuinka moni pystyy tai haluaa osallistua tapahtumaan. Ajankohtaa valittaessa on otettava huomioon neljä aikasidonnaista tekijää, jotka ovat vuodenaika, viikonpäivä, kellonaika sekä tapahtuman kesto. Vallitseva ilmasto sekä sää vaikuttavat tapahtumaan ja varsinkin Suomessa on hyvä muistaa vuodenaikojen aiheuttamat rajoitukset. Tapahtumilla, jotka järjestetään liian lähellä lomia tai muita suuria yleisötapahtumia, voi olla heikko osallistuneisuus. Viisas tapahtumajärjestäjä ottaakin huomioon vuodenajan ja sään lisäksi myös kilpailevat tapahtumat, jotka voisivat vaikuttaa osallistujamäärään negatiivisesti. Tapahtuman tarpeellinen kesto, jossa tapahtuma saadaan vietyä mallikkaasti läpi aloituksineen ja päätöksineen, tulee myös miettiä etukäteen. Tapahtuman sisällön lisäksi kyse on kustannuksista ja osallistujien omista aikatauluista. (Van Der Wagen & Carlos 2005, 26; Vallo & Häyrinen 2016, 174-176.)

#### 4.2.4 Budjetti

Budjetti, eli kustannusarvio, on hyvä määritellä edes likimääräisesti, sillä tapahtumiin saadaan uppoamaan loputtomasti rahaa ilman rajoituksia. Realistisen pohjan saamiseksi on suotavaa tarkastella aikaisempia vastaavanlaisia projekteja. Ennakkotiedot osallistujien mieltymyksistä ja totumuksista ovat budjettia laadittaessa eduksi, sillä ne vaikuttavat paljon esimerkiksi siihen, mitä tarjoiltavaa kuluu ja kuinka paljon. (Vallo & Häyrinen 2016, 177.)

Kustannusarvio on paljon seurattu mittari. Jos projekti pystytään toteuttamaan laaditulla budjetilla, sitä voidaan usein pitää onnistuneena. Muutoksia alkuperäisiin suunnitelmiin tulee kuitenkin väistämättä eteen ja ne kasvattavat projektin kustannuksia. Jokaiseen projektiin tulisikin varata vähintään 5 prosentin ylitysvara, joka mahdollistaa pienet muutokset ja lisätyöt projektin aikana ilman, että kustannusarvio ylittyy. Kustannusarvio kannattaa kuitenkin tehdä karkealla tasolla, sillä vasta toteutusvaiheessa voidaan tarkasti nähdä, miten kustannukset jakautuvat eri työtehtäville. (Kettunen 2009, 117-118.)

Tapahtumabudjettia laadittaessa tulee eritellä tapahtuman kulut ja tuotot. Kuluja voivat olla esimerkiksi tilavuokrat, luvat, tekniikka, tarjoilut, esiintyjät sekä palkkiot avustajille. Tuloja taas muun muassa osallistumismaksut, tarjoilu- ja myyntimaksut. (Vallo & Häyrinen 2016, 179.) Tapahtumille ominainen piirre on se, että suurin osa tuloista saadaan vasta itse tapahtumapäivänä. Kaikki kustannukset, kuten palkat, on siis suoritettava jo olemassa olevista varoista. Lukujen arvioimisen lisäksi on myös tärkeää seurata todellisia lukuja tapahtuman edetessä. (Van Der Wagen & Carlos 2005, 86-87.)

Budjettia suunnitellessa on myös suositeltavaa selvittää niin sanottu kriittinen piste, eli kannattavuusraja. Se on tuotto- ja kustannuskäyrien leikkauspiste. Kriittisen pisteen avulla voidaan esimerkiksi selvittää, kuinka monta lippua tulee myydä, jotta tapahtuman kustannukset voidaan niistä saatavilla tuloilla kattaa. Nämä kustannukset sisältävät sekä kiinteät että muuttuvat kulut. Kiinteät kustannukset, kuten tapahtumapaikan vuokra sekä mainoskulut, ovat muuttumattomia ja yleensä riippumattomia tapahtuman yleisön koosta. Muuttuvat kustannukset, kuten ruoka- ja juomakulut, taas nousevat osallistujamäärän kasvaessa. Kun kokonaistulot vastaavat kokonaismenoja, ollaan saavutettu kriittinen piste. Kriittisen pisteen yläpuolella tapahtuma on voittoa tuottava. (Van Der Wagen & Carlos 2005, 92-93.)



#### **4.2.5 Sponsorit**

Sponsorointisopimukset erilaisten järjestöjen ja seurojen kanssa ovat suosittuja markkinointikeinoja yritykselle. Yleisesti ottaen urheilu on suurin ja suosituin sponsoroinnin kohde. (Vallo & Häyrynen 2016, 93.) Varsinkin ammattiuurheilussa sponsorointisopimukset ovatkin erittäin vakiintunut käytäntö. Ne näkyvät yritysten niminä ja logoina esimerkiksi pelipaidoissa, julisteissa sekä mainosmateriaaleissa. Kaikkein suurimmat stadionit ovat usein jopa nimetty pääsponsorin mukaan. Sponsorointi koskee kuitenkin kaiken tasoisia tapahtumia. Sillä tarkoitetaan apua esimerkiksi rahan, materiaalin tai palveluiden muodossa. Lahjoituksen ja sponsoroinnin välillä on kuitenkin selvä ero. Sponsorointi ei ole yksisuuntaista kuten lahjoitus, vaan molempia osapuolia hyödyttävä suhde. Sponsorointi ei ole siis pelkästään saamista, vaan myös antamista takaisin. (Schäferhoff 22.6.2016.)

Vastaanottaja hyötyy sponsorointisuhteesta esimerkiksi rahan, tavaroiden tai muun materiaalin muodossa. Sponsoroivalle osapuolelle sponsorointi on taasen pohjimmiltaan investointi markkinointiin. Sponsoroitavat yritykset, joukkueet ja tapahtumat antavat heille positiivisen altistumisen, joka voi johtaa brändin tunnettavuuden ja myynnin kasvuun sekä esimerkiksi asiakasuskollisuuteen. Painamalla logoaan pelipaitoihin ja mainosmateriaaleihin, yritykset voivat osoittaa tukevansa paikallista tiimiä. Sponsorointi voi olla yllättävän kustannustehokasta ja paljon edullisempaa kuin monet muut kampanjat. (Schäferhoff 22.6.2016.)

#### **4.2.6 Turvallisuus- ja lupa-asiat**

Tapahtumaa järjestettäessä tarvitaan usein erilaisia lupia. Yleisötilaisuuden järjestämistä säätelee laaja lainsäädäntö sekä kunnalliset määräykset. Järjestämispaikan poliisille tulee tehdä ilmoitus yleisötilaisuudesta. Ulkoilmatapahtumiin tarvitaan maanomistajan lupa, ellei alue ole tapahtumanjärjestäjän omistama. Muita mahdollisesti tarvittavia lupia ja ilmoituksia ovat esimerkiksi anniskelulupa, meluilmoitus, elävän ja taustamusiikin käytön lupa, sekä yleisötilaisuuden turvallisuus- ja pelastussuunnitelma. Tapahtuman lupa-asioiden käsittelyyn on varattava riittävästi aikaa, sillä se voi tilaisuuden tyypistä ja laajuudesta riippuen viedä aikaa useita kuukausia. Järjestäjä on vastuussa järjestyksen ja turvallisuuden säilymisestä sekä lain noudattamisesta tilaisuudessa. Virallisia ja lakien vaatimia suunnitelmia tärkeämpää on kuitenkin se, että turvallisuuskysymykset on ennalta mietitty tapahtumakohtaisesti ja turvallisuusriskeihin on varauduttu. Jokaisen työntekijän on tiedettävä, missä varapoistumistiet, ensisammutusvälineet sekä kokoontumispaikka sijaitsevat ja kuka on vastuussa ensihoidosta. Tapahtumapaikan katuosoite on oltava myös tiedossa mahdollista hätäpuhelia varten. (Vallo & Häyrynen 2016, 180-181, 216-217; Lampinen 2011, 14.)

Yleisötilaisuudella tarkoitetaan huvitilaisuuksia, kilpailuja, näytöksiä ja muita niiden tyyppisiä tilaisuuksia, jotka eivät ole yleisiä kokouksia ja jotka ovat avoimia yleisölle. Yleisötilaisuuden järjestämisestä tulee tehdä kirjallinen ilmoitus järjestämispaikan poliisilaitokselle viimeistään viisi vuorokautta ennen tapahtumaa. Poikkeuksen kuitenkin muodostavat yleisötilaisuudet, jotka vähäisen osallistujamäärän, tilaisuuden luonteen tai paikan vuoksi, eivät vaadi toimia järjestyksen, turvallisuuden, ympäristön sekä liikennejärjestelyjen puolesta. Ilmoituksen tulee sisältää järjestäjän yhteystiedot ja selvitys tapahtuman tarkoituksesta, ohjelmasta, paikasta, liikennejärjestelyistä, esiintyjistä, aikataulusta sekä arvioidusta yleisömäärästä. Ilmoitukseen tulee liittää myös turvallisuus- ja pelastussuunnitelma. Myös tiedot mahdollisesta vastuuvakuutuksesta, alkoholin anniskelusta, avotulesta tai muusiikin esittämisestä sisällytetään ilmoitukseen. (Poliisi 2017.)

Yleisötilaisuuksiin ja muihin tapahtumiin, joihin suuren osallistujamäärän tai muun syyn vuoksi sisältyy huomattava henkilö- tai paloturvallisuusriski, on laadittava pelastussuunnitelma. Se tulee toimittaa viimeistään 14 vuorokautta ennen tapahtuman alkua alueen pelastusviranomaisille. Pelastussuunnitelman laatiminen koskee tapahtumia, joissa on samanaikaisesti paikalla vähintään 200 henkilöä, joissa käytetään avotulta, ilotulitteita tai muita pyroteknisiä tuotteita, jotka järjestetään sisätilassa, jota ei ole suunniteltu yleisötapahtumille ja yleisömäärä on yli 100 henkilöä, poistumisjärjestelyt poikkeavat tavallisesta tai tapahtuman luonne aiheuttaa erityistä vaaraa ihmisille. Pelastussuunnitelmassa on selvitettävä ja arvioitava tilaisuuden vaarat ja riskit. Sen voi myös sisällyttää tapahtuman turvallisuussuunnitelmaan. Turvallisuus- ja pelastussuunnitelman tulee pitää sisällään kuvaus tapahtumasta, turvallisuudesta vastaavat henkilöt yhteystietoineen, riskien arviointi, vakuutukset sekä järjestyksenvalvonta- ja liikennesuunnitelma. Lisäksi suunnitelmasta tulee käydä ilmi onnettomuuksia ennaltaehkäisevät toimet sekä toimintaohjeet onnettomuus- ja vaaratilanteissa. (Poliisi 2017.)

#### **4.2.7 Riskit ja niiden hallinta**

Jokainen tapahtuma sisältää riskejä, jotka voivat johtaa sen epäonnistumiseen. (Kettunen 2009, 75.) Riskienhallinta on prosessi, jossa pyritään tunnistamaan tapahtumaan, työntekijöihin sekä yleisöön kohdistuvat mahdolliset vaarat, määrittämään niiden aiheuttamien riskien suuruus sekä arvioimaan riskien merkitys. Riskienhallinnalla pyritään varmistamaan työ- ja tapahtumaympäristön turvallisuus ja se on osa tapahtuman turvallisuus- ja pelastussuunnitelmaa. (Lampinen 2011, 65.) Huolellisen suunnittelun tuloksena riskit pysytään tunnistamaan ja niihin pystytään reagoimaan mahdollisimman varhaisessa vaiheessa. (Raj, Walters & Rashid 2013, 179.)

Vaaralla tarkoitetaan tekijää tai olosuhdetta, joka voi aikaansaada haitallisen tapahtuman. Riski tarkoittaa haitallisen tapahtuman todennäköisyyttä ja vakavuutta. Riski on siis mahdollisuus, että jotain menee pieleen. Riskejä ajatellaan usein vain turvallisuuden näkökulmasta, mutta käsite on todellisuudessa paljon laajempi. Riskit voidaan jakaa tyyppinsä puolesta luonnon aiheuttamiin, taloudellisiin, oikeudellisiin, teknologiaan liittyviin sekä turvallisuusriskeihin. Turvallisuus on järjestelmän tila, jossa siihen sidoksissa olevat riskit ovat hyväksyttäviä. (Lampinen 2011, 66; Van Der Wagen & Carlos 2005, 44, 101-103.)

Riskienhallinnan ensimmäinen vaihe on tunnistaa riski tai vaara ja selvittää, milloin ja miten ongelma saattaa ilmetä. Yhdessä ideoimisen, kirjallisten aineistojen, verkkosivujen sekä vastaavanlaisten tapahtumien tutkimisen avulla saadaan kokoon yksityiskohtainen luettelo mahdollisista ongelmista. Huono sää on usein tapahtumanjärjestäjän suurin riski. Vaikka sillä ei olisi suoraa vaikutusta tapahtumaan, sateinen tai myrskyinen sää vaikuttaa tapahtumaan osallistuvien ihmisten määrään, heidän mielialaan sekä motivaatioon. Toimenpiteitä sään vaikutuksen torjumiseksi tuleekin pohtia tarkoin jo tapahtuman suunnitteluvaiheessa. Muita tapahtumalle mahdollisia riskejä voivat olla esimerkiksi tulipalo, tapaturmat tai ruokamyrkytys. Urheilutapahtumissa riski loukkaantumisille ja vammoille on lähes aina läsnä. (Van Der Wagen & Carlos 2005, 27, 44, 101, 103, 106.)

Kun mahdolliset riskit ja vaarat on todettu, on arvioitava niiden todennäköisyys. Riskianalyysitaulukon avulla voidaan selvittää ja määritellä ensisijaiset riskit (Taulukko 1). Kaukainenkin katastrofin mahdollisuus vaatii enemmän huomiota, kuin suuri mahdollisuus pieleen kömmähdykseen. On myös pohdittava, kuka riskille altistuu, miten ihmiset reagoivat riskiin ja minkälaiset vaikutukset riskillä oli toisessa vastaavanlaisessa tilanteessa. Riskianalyysissa tulee myös tehdä selvitys siitä, kuka on vastuussa tunnistettujen riskien valvonnasta. (Van Der Wagen & Carlos 2005, 106; Raj, Walters & Rashid 2013, 176-177.)

Taulukko 1. Riskianalyysitaulukko (Raj, Walters & Rashid 2013, 177.)

Todennäköisyys	Suuri	keskisuuri	suuri	kriittinen
	Keskisuuri	pieni	keskisuuri	suuri
	Pieni	pieni	pieni	keskisuuri
		Pieni	Keskisuuri	Suuri
		Vaikutus		

Kun riskit ja vaarat on laitettu tärkeysjärjestykseen, riskienhallinnan viimeinen vaihe on tarkastella tehokkaimpia tapoja hallita niitä. Valvontatoimenpiteisiin kuuluu eliminointi-, korvaus-, eristämis- sekä valmiussuunnitelmat ja tekniset tarkastukset. Projektin aikana on hyvä myös seurata ja arvioida mikä riskin toteutumistaso on. Onnettomuuksista raportointi on tärkeä riskienhallintaprosessi, josta jokaisen organisaation jäsenen tulisi olla tietoinen. Raportti tulisi tehdä aina ongelman tapahtuessa, sillä niiden avulla johtohenkilöstö voi miettiä ja etsiä keinoja, joilla näitä riskejä voidaan hallita paremmin. (Van Der Wagen & Carlos 2005, 107-108; Kettunen 2009, 76.)

#### 4.3 Markkinointi

Tapahtumaa pitää aina markkinoida. Markkinointiviestinnän avulla voidaan levittää tietoisuutta tapahtumasta. Sen keinot ja kanavat suunnitellaan tapahtuman kohderyhmän sekä tavoitteiden mukaisesti koko tapahtumaprosessille, eli mitä tehdään ennen tapahtumaa, sen aikana sekä sen jälkeen. Tapahtuman teeman ja visuaalisen ilmeen tulisi jatkuvasti näkyä markkinointiviestinnässä. (Vallo & Häyrinen 2016, 69.)

Markkinointiviestintäsuunnitelma sisältää sisäisen markkinoinnin, mediamarkkinoinnin, suoramarkkinoinnin sekä markkinoinnin sosiaalisessa mediassa. Sisäisellä markkinoinnilla tarkoitetaan niitä toimenpiteitä, joilla tiedotetaan tapahtumasta oman organisaation sisällä. Sen avulla voidaan varmistaa, että organisaatiossa tapahtumasta tietävät kaikki

ne, joiden siitä tulee tietää. Mediamarkkinointi on mahdollinen lehti-, radio- tai TV-mainonta. Esimerkiksi iäkkäät henkilöt ovat helposti tavoitettavissa sanoma- tai aikakauslehdillä. Suoramarkkinointia taas ovat muun muassa sähköposteihin lähetettävät suorakirjeet sekä maininnat uutiskirjeissä. Sosiaalisessa mediassa tapahtuvan markkinoinnin avulla voidaan tavoittaa suuri määrä ihmisiä, varsinkin nuoria. Markkinointitoimenpiteiden onnistumista eri kanavissa täytyy jatkuvasti seurata ja mitata. (Vallo & Häyrynen 2016, 70-71.)

Tapahtumakutsua voidaan pitää tapahtuman esitteenä. Se saa vastaanottajassaan aikaan erilaisia mielikuvia ja odotuksia. Kutsu voi olla henkilökohtainen tai avoin ja siinä voidaan pyytää tai olla pyytämättä ilmoittautumista. Muodoltaan kutsu voi olla esimerkiksi kirje, sähköpostiviesti, puhelinsoitto tai tapahtumakutsu Facebookissa. Muotoa suunniteltaessa on hyvä miettiä, minkälainen kutsu palvelee tapahtumaa ja sen kohderyhmää parhaiten. Kutsusta on käytävä ilmi ainakin tapahtuman luonne, sisältö, aika, paikka, kuka kutsuu sekä mahdollinen hinta ja pukukoodi. Kutsun suunnitteluun kannattaa nähdä vaivaa, sillä se viestii vastaanottajalleen siitä, millaisesta tapahtumasta on kyse. Kutsun on houkuteltava vastaanottaja ilmoittautumaan ja saapumaan paikalle. Kutsun on loistettava sitä tunnelmaa, joka kohdataan itse tapahtumassa. (Vallo & Häyrynen 2016, 154-156.)

Sosiaalista mediaa ja sen tarjoamia mahdollisuuksia voidaan hyödyntää ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana sekä tapahtuman jälkeen jälkimarkkinoinnin merkeissä. Tapahtuman tavoite ja kohderyhmä määräävät, mitä sosiaalisen median eri kanavia käytetään ja miten. Tapahtumalle voidaan luoda oma tapahtumasivu Facebookiin tai LinkedIniin niin, että organisaation Facebook- tai LinkedIn-profiilia hyödynnetään tapahtumasta tiedottamiseen. Sosiaalisen median avulla on helppo päivittää tuoretta tietoa tapahtumasta ja sen sisällöstä. Onnistuneen somemarkkinoinnin ansiosta voidaan saada suurta näkyvyyttä pienellekin tapahtumalle. (Vallo & Häyrynen 2016, 102-104.)

#### **4.4 Toteutus**

Tapahtuman toteutusvaiheessa suuret suunnitelmat muuttuvat todeksi. Onnistuminen vaatii mutkatonta yhteistyötä ja jokaisen tapahtuman tahon on ymmärrettävä oma osuutensa laajassa kokonaisuudessa. Tapahtuman toteutusvaihe voidaan jakaa kolmeen osaan: rakennusvaiheeseen, itse tapahtumaan sekä purkuvaiheeseen. Rakennusvaiheessa pystytetään rakenteet ja laitetaan rekvisiitta kuntoon tapahtumaa varten. Rakennusvaihe voi viedä paljon aikaa ja se on suunniteltava etukäteen tapahtumapaikan sekä toimijoiden mukaan. On mietittävä valmiiksi esimerkiksi järjestys, jossa rakentaminen ja

tarvikkeiden tuonti tapahtuvat. Mahdollisia alihankkijoita on myös tiedotettava aikataulusta. (Vallo & Häyrynen 2016, 198-199.)

Tapahtuman palvelupolulla tarkoitetaan sitä, miten tapahtuman on suunniteltu etenevän. Palvelupolku on osa tapahtuman käsikirjoitusta ja se on suotavaa koeajaa ennen tapahtumaa. Koko tapahtuman ohjelmalle on myös hyvä järjestää kenraaliharjoitukset, varsinkin jos paikalla on esimerkiksi useita esiintyjiä. Tässä vaiheessa ehditään tekemään vielä mahdollisia korjauksia tai muutoksia. Kenraaliharjoitukset pidetään usein vain muutama tunti ennen tapahtuman alkua, kun tapahtumapaikka on rakenteiltaan lähes valmis. (Vallo & Häyrynen 2016, 199-201.)

Tapahtumalla on oltava terävä aloitus ja selkeä lopetus. Kaikki tällä välillä tapahtuu kelloitetun aikataulun mukaisesti. Tapahtumapaikka tulisi olla helposti löydettävissä. Opastekylttien on oltava selkeitä ja niitä kannattaa olla mieluummin liikaa kuin liian vähän. Pää-ovet ja sisään-tulo on hyvä somistaa ja koristella mahdollisimman houkutteleviksi. Ilmoittautumis- tai vastaanottopisteessä vieraat otetaan vastaan ja opastetaan eteenpäin. Ilmoittautumispisteen sujuva ja kohtelias palvelu on ratkaisevassa asemassa, sillä jo siitä osallistuja saa käsityksen tapahtumasta ja sen tunnelmasta. Projektipäällikkö ja muu henkilöstö varmistelevat jatkuvasti tapahtuman sujuvuutta. (Vallo & Häyrynen 2016, 201-202, 211-212.)

Musiikilla voidaan luoda tapahtumaan tunnelmaa. Musiikki on osa tapahtuman lavastusta ja se tulee valita teeman sekä halutun mielikuvan mukaan. Musiikki voi olla elävää tai tallenteelta soitettavaa. Osallistujille ei kannata kertoa kaikkia pieniä yksityiskohtia, sillä yllätyksellisyys kuuluu tapahtumien elämyksellisyyteen. Se voi olla esimerkiksi yllätysesiintyjä tai yhdessä tekeminen. Tapahtuman taltiointi videoilla ja valokuvilla on tärkeää. Niitä voidaan hyödyntää esimerkiksi seuraavan tapahtuman suunnittelussa sekä jälkimarkkinoinnissa. Valokuvaajan on hyvä olla tietoinen siitä, mihin tarkoitukseen kuvat ovat, jotta hän osaa taltioda oikeanlaisia hetkiä ja oikeanlaista tunnelmaa. (Vallo & Häyrynen 2016, 204-205, 207, 210.)

#### **4.5 Jälkitoimenpiteet**

Tapahtuman jälkeen on aika jälkimarkkinoinnin. Se sisältää kiitokset osallistujille, esiintyjille sekä tapahtuman henkilökunnalle. Kiitoksella ja muistamisella tapahtumanjärjestäjät osoittavat arvostaneensa heidän osallistumistaan tapahtumaan. Palautteen kerääminen sekä omasta organisaatiosta että osallistujilta on oleellinen osa jälkimarkkinointia. Kerä-

tystä palautteesta kootaan yhteenveto, joka analysoidaan ja sisäistetään. Seuraavan tapahtuman suunnittelussa voidaan hyödyntää tehtyjä havaintoja ja huomioita. Noin kahden viikon sisällä tapahtuman päättymisestä on hoidettava kiitokset sekä tapahtuman yhteenveto. (Vallo & Häyrinen, 220-221, 230.)

Organisaation on tärkeää saada tietää, mitä mieltä osallistujat olivat tapahtumasta, mikä sujui hyvin ja mitä olisi voitu tehdä toisin. Saatua palautetta tulee verrata lähtötilanteessa asetettuihin tavoitteisiin. Palautteen kerääminen ja analysoiminen jokaisesta toteutetusta tapahtumasta kasvattaa organisaation osaamista ja tietoa ensi kertaa varten. (Vallo & Häyrinen 2016, 224.)

Palaute voidaan kerätä osallistujilta kirjallisella tai sähköisellä palautelomakkeella joko heti paikan päällä tai jälkikäteen. Paikan päällä voi olla hyvä idea esimerkiksi arpoa pieniä yllätyspalkintoja palautelomakkeiden palauttaneiden kesken, jotta mahdollisimman moni osallistuisi palautteenantoon. Jälkikäteen palautteen voi kerätä esimerkiksi sähköpostiin toimitetulla linkillä, joka johtaa palautekyselyyn. Palaute tulisi kerätä heti tapahtuman jälkeen, kun tapahtuma on vielä hyvin muistissa. Palautelomakkeen kysymykset tulisi laatia niin, että vastausten perusteella voidaan luoda mahdollisimman selkeä ja kattava kuva tapahtuman onnistumisesta sekä tavoitteiden saavuttamisesta. Tapahtuman aikana kannattaa keskittyä myös suulliseen palautteeseen. (Vallo & Häyrinen 2016, 225-227.)

Tapahtuman jälkeen kootaan yhteenveto. Tässä vaiheessa väsymys voi iskeä helposti, mutta dokumentointi kannattaa kuitenkin tehdä huolella. Mahdollisen yhteenvetopalaverin lisäksi jokaisen tapahtuman yhteenveto on suotuisaa tehdä myös kirjallisesti. Yhteenveto kootaan palautteen ja tavoitteiden pohjalta. Tuloksena saadaan organisaation omaksi työvälineeksi dokumentti siitä, mikä toimii hyvin ja missä on seuraavaksi kerraksi parannettavaa. (Kettunen 2009, 182; Vallo & Häyrinen 2016, 228-229.)

## **5 Jokerit FC-Cupin kehittämisvaiheet**

Perimmäinen tarkoitus Jokerit FC-Cupin järjestämisen takana oli luoda tapahtuma, joka toisi yhteen kaikki Jokerit FC:n jäsenet ja kannattajat. Turnausta haluttiin kasvattaa viime vuotiseen verrattuna ja siitä haluttiin suosionsa kautta tehdä jokavuotinen perinne. Tomi Jaskara on toiminut Jokerit FC:ssa pelaajana useamman vuoden, jonka vuoksi oli luontevaa ryhtyä toteuttamaan projektia, joka liittyisi jotenkin kyseiseen seuraan ja sen toiminnan kehittämiseen.

Projekti aloitettiin virallisesti viikolla 8, kun tapasimme seuran puheenjohtajan kanssa kokouksen merkeissä. Tapahtumapäivä 29.7.2017 sijoittui viikolle 30, joten suunnitteluvaiheelle jäi aikaa 22 viikkoa. Todellisuudessa ideointi oltiin kuitenkin aloitettu jo vuoden 2016 puolella. Kenttävaraus kesälle tuli tehdä jo joulukuussa 2016 ja päädyimme yhdessä valitsemaan tapahtumapaikaksi Myllypuron urheilupuiston sijaintinsa ja Jokerit FC-historiansa vuoksi.

Turnauksen ottelut pelattiin kahdella pikkukentällä ja peliaika yhdelle ottelulle sovittiin olevaksi 2x15min. Sallittu pelaajamäärä oli 6+1, eikä vaihtojen määrää rajoitettu. Joukkueet jaettiin kolmeen lohkokon, joissa jokainen joukkue kohtasi toisensa kertaalleen. Kunkin lohkon paras ja lohkoista paras toiseksi sijoittunut joukkue jatkoivat välieriin. Välierien voittajat kohtasivat toisensa finaalissa.

Toimimme läheisessä yhteistyössä seurajohdon ja muiden sidosryhmien kanssa koko projektin ajan. Koska turnaus oli järjestetty jo kerran aikaisemmin, meillä oli toimiva konsepti hyödynnettävänämmä. Teimme tapahtumasta sopivasti oman näköisemme, mutta pidimme samalla kiinni seuralle oleellisista piirteistä.

### **5.1 Tapahtumasuunnitelma**

Loimme projektin alussa turnaukselle tapahtumasuunnitelman Powerpoint-esityksen muodossa (Liite 1). Suunnitelmassa kerroimme alustavat tiedot järjestettävästä Jokerit FC-Cupista. Kävimme läpi tapahtuman taustan, keskeiset tavoitteet, organisaation, käytettävissä olevat resurssit sekä kohderyhmän. Teimme tapahtumalle alustavan aikataulun ja kustannusarvion, jotka liitettiin myös osaksi tapahtumasuunnitelmaa. Lisäksi pohdimme riskejä ja niiden hallintaa sekä markkinointia ja viestintää. Tapahtumasuunnitelman lopuksi mietimme tapahtuman jälkeen vuorossa olevia toimenpiteitä sekä raportointia.



### **5.1.1 Tavoitteet**

Tavoitteenamme oli järjestää onnistunut jalkapalloturnaus, joka toisi yhteen kaikki Jokerit FC:n jäsenet sekä kannattajat ja toimisi kauden ehdottomana kohokohtana. Halusimme luoda hauskan, mieleenpainuvan ja yhteisöllisyyttä korostavan tapahtuman, joka toisi samalla positiivista näkyvyyttä Jokerit FC:lle. Tavoitteena oli myös vahvistaa seuran brändiä ja ”Kannattajien seura” -slogania. Turnaus haluttiin saada jatkumaan suosionsa kautta jokavuotisena. Samalla halusimme myöskin syventää omia tapahtumamarkkinointitaitojamme.

### **5.1.2 Organisaatio**

Työryhmänä ja samalla projektipäällikköinä toimivat yhdessä Roosa Arima ja Tomi Jaskara. Erillistä jakoa työtehtävien välillä ei tehty, vaan asiat hoidettiin ja päätökset tehtiin yhdessä. Toimeksiantajan roolissa oli Jokerit Football Club-jalkapalloseura. Seuran tärkeimpiä yhteyshenkilöitä olivat puheenjohtaja Stefan Sirkiä, rahastonhoitaja Joni Hasanen sekä hallituksen jäsenet Toomas Heinolainen ja Tuomas Saarikoski. Muita tapahtuman sidosryhmiä olivat sponsorit, yhteistyökumppanit, kannattajat vapaaehtoistyöntekijöinä sekä muut apukädet. Sidosryhmiä käsitellään lisää kappaleessa 5.2.

### **5.1.3 Kohderyhmä**

Tapahtuman kohderyhmä oli kaikessa yksinkertaisuudessaan Jokerit Football Clubin jäsenet ja kannattajat. Tapahtumaan sai osallistua pelaajana tai katsojana kuka tahansa, mutta turnausta markkinoitiin Jokerihenkisenä tapahtumana. Kaikki jalkapallon ystävät olivat siis tervetulleita turnaukseen, mutta keskityimme luomaan juuri Jokerit FC:n jäsenille sekä kannattajille mieleisen ja heitä yhdistävän tapahtuman.

### **5.1.4 Aikataulu**

Projektille tehtiin aikataulu, josta kävi ilmi tehtävät kullekin viikolle (Liite 2). Aikataulu rakennettiin tapahtumapäivän ympärille siten, että kaikki tehtävät saadaan hoidettua ennen itse turnausta. Toimeksiannosta sovittiin suullisesti seuran puheenjohtajan kanssa jo vuoden 2016 puolella. Samoin kenttävaraus tehtiin jo joulukuussa 2016. Projekti sai virallisesti alkunsa viikolla 8, kun tapasimme kokouksen merkeissä seuran puheenjohtajan kanssa ja sovimme alustavasti muutamista käytännön asioista. Viikolla 17 tapasimme opinnäytetyöohjaajan kanssa ja teimme opinnäytetyöstä aiheanalyysin. Viikolla 18 aloitettiin tapahtumasuunnitelman kirjoittaminen. Itse tapahtumapäivä oli viikolla 30 ja projektin päättäminen raportin valmistumisen myötä viikolla 47.

### 5.1.5 Kustannusarvio

Loimme tapahtumalle alustavan kustannusarvion, vaikkakin seuralla on oma rahasto sekä rahastonhoitaja (Taulukko 2). Seuran rahastonhoitaja Joni Hasanen huolehti viimekädessä siitä, etteivät tapahtuman kustannukset ylitä tuloja. Tapahtumalla ei pyritty tuottamaan voittoa, mutta arvioimme ja seurasimme omalta osaltamme silti kustannuksia ja tuloja. Kustannusarvio määriteltiin karkealla tasolla vain näyttämään suuntaa. Kustannusten yhteissummaksi arvioitiin 585€. Summa koostui kenttävuokrasta, tuomarimaksuista sekä grilli- ja muista tarjoiluista. Kenttävuokra suoritettiin jo vuoden 2016 puolella ja sen hinta oli 225€. Tuomareita varten varattiin 260€, eli 130€ tuomaria kohden. Tarjoiluihin varattiin yhteensä 100€.

Tulojen yhteissummaksi arvioitiin 1100€. Turnauksen osallistumismaksu päätettiin seuran johdosta aikaisempien maksujen mukaan. Osallistumismaksuksi muodostui 100€ joukkuetta kohden. Tavoitteena oli saada turnaukseen mukaan 12-16 joukkuetta, joten otimme osallistumismaksuissa huomioon vähimmäismäärän, eli 12 joukkuetta. Turnaukseen osallistui kaksi Jokerit FC:n joukkuetta, joilta sovittiin olla perimättä osallistumismaksua. Lisäksi Jokerit FC:n yhteistyökumppanilta Ravintola Idän Pisteeltä osallistui joukkue turnaukseen, eikä myöskään heiltä peritty maksua osallistumisesta. Nämä olivat tiedossa jo kustannusarviota tehtäessä, joten osallistumismaksutulojen arvioimme olevan 900€. Arvioimme vähintään tuplaavamme tarjoiluihin menneet kustannukset, joten arvioimme niiden tulojen olevan karkealla kädellä siis 200€. Kustannusarvion pohjalta turnauksen odotettiin siis tuottavan voittoa 515€.

Taulukko 2. Kustannusarvio

KUSTANNUSARVIO			
Menot		Tulot	
Kenttävuokra	225€	Osallistumismaksut	900€
Tuomarit	260€	(100€/joukkue)	
(130€/tuomari)		Grilli- ja muut tarjoilut	200€
Grilli- ja muut tarjoilut	100€		
Yhteensä:	585€		1100€
Voitto: 515€			

Toteutunut budjetti selvisi luonnollisesti vasta tapahtuman jälkeen (Taulukko 3). Toteutuneet kustannukset olivat yhteensä 582€. Kustannusten yhteissumma koostui kenttävuok-  
rasta, tuomarimaksuista, tarjoiluista sekä ensiaputarvikkeista. Kenttävuokraan ja tuoma-  
reihin kului yhteensä 485€, kuten kustannusarviossa oli arvioitu. Tarjoiluihin, kuten makka-  
roihiin, pulliin, kahviin sekä limuun kului yhteensä 63€. Summa oli huomattavasti arvioitua  
pienempi, sillä saimme osan tarjoiltavista sponsoreilta. Tapahtumaa varten jouduttiin  
hankkimaan uudet ensiaputarvikkeet, jotka ilmenivät budjetissa yllättävänä kustannuk-  
sena. Uusiin ensiaputarvikkeisiin kului 34€. Toteutuneet tulot olivat yhteensä 1261€. Ta-  
pahtumaan osallistui loppupeleissä 12 joukkuetta, kuten kustannusarvion osallistumis-  
maksukohdassa oltiin arvioitu. Yhdeltä joukkueista kuitenkin perittiin vain puolet osallistu-  
mismaksusta myöhäisen ilmoittautumisen vuoksi, joten osallistumismaksuista kertyi tuloja  
yhteensä 850€. Tarjoiluista saatiin yhteensä 386€, joka on paljon enemmän kuin oli arvi-  
oitu. Lisäksi tapahtuma-alueen tyhjiä pulloja ja tölkeistä kertyi tuloja yhteensä 25€. Tur-  
naus tuotti hieman yllättäenkin voittoa yhteensä 679€. Lisäksi seura sai 65€ tuottoa tur-  
nauksessa myydyistä jäsenyyksistä sekä fanituotteista. Näitä ei kuitenkaan huomioitu  
budjetissa. Toteutuneen budjetin tiedot saimme Jokerit FC:n rahastonhoitajalta Joni Hasa-  
selta.

Taulukko 3. Toteutunut budjetti

TOTEUTUNUT BUDJETTI			
Menot		Tulot	
Kenttävuokra	225€	Osallistumismaksut	850€
Tuomarit (130€/tuomari)	260€	(100€/joukkue + 1x50€/joukkue	
Grilli- ja muut tarjoilut	63€	Grilli- ja muut tarjoilut	386€
Ensiaputarvikkeet	34€	Tyhjät pullot ja tölkit	25€
<b>Yhteensä:</b>	<b>582€</b>		<b>1261€</b>
Voitto: 679€			

### 5.1.6 Riskit

Tapahtuman riskit kerättiin riskitaulukkoon, jonka avulla arvioitiin niiden merkityksellisyyttä  
(Taulukko 4). Riskitaulukossa otettiin huomioon riskin todennäköisyys sekä vaikutus. Ris-  
kien merkityksellisyys ilmaistiin asteikolla 1-5. Merkittävin riski tapahtuman onnistumisen  
kannalta oli liian vähäinen joukkueiden määrä. Jos joukkueita ei olisi ilmoittautunut tar-  
peeksi, koko turnausta ei olisi luultavasti pystytty järjestämään. Riski oli tyypiltään merkit-

tävä riski. Kohtalaisia riskejä olivat loukkaantumiset, niin lievät kuin vakavat sekä liian vähäinen henkilökunnan ja vapaaehtoisten määrä. Huono sää oli tyypiltään vähäinen riski. Sietämättömiltä riskeiltä säästyttiin.

Taulukko 4. Riskitaulukko

Todennäköisyys	Todennäköinen	3 Kohtalainen riski <i>Lievät loukkaantumiset</i>	4 Merkittävä riski	5 Sietämätön riski
	Mahdollinen	2 Vähäinen riski <i>Huonot sääolosuhteet</i>	3 Kohtalainen riski <i>Ei tarpeeksi henkilökuntaa ja vapaaehtoisia</i>	4 Merkittävä riski <i>Ei tarpeeksi joukkueita</i>
	Epätodennäköinen	1 Merkityksetön riski	2 Vähäinen riski	3 Kohtalainen riski <i>Vakavat loukkaantumiset</i>
		Vähäinen	Kohtalainen	Merkittävä
		Vaikutus		

Liian vähäisen joukkueiden määrän riskin ehkäisemiseksi panostimme säännölliseen markkinointiin alusta alkaen. Loukkaantumisiin varauduimme ensiaputarvikkeilla sekä varmistamalla, että paikalta löytyi riittävästi ensiaputaitoisia. Henkilökunnan ja vapaaehtoisten vähäisen määrän riskin ehkäisemiseksi olimme hyvissä ajoin yhteydessä potentiaaliin henkilöihin. Huonoihin sääoloihin varauduttiin grillipisteen päälle asetettavalla teltalla.

## 5.2 Sidosryhmät

Jokerit FC-Cupilla oli laajasti erilaisia sidosryhmiä. Tapahtuman sidosryhmiä olivat toimeksiantajana toiminut Jokerit Football Club ja sen jäsenet ja kannattajat, kaikki osallistuneet seurat ja joukkueet sekä niiden pelaajat. Muita sidosryhmiä olivat Jokerit FC:n sekä itse turnauksen sponsorit ja yhteistyökumppanit, kenttävuokran myöntänyt Helsingin Liikuntavirasto, tapahtuman vapaaehtoiset, Jokerit FC:n sosiaalisen median vastaava ja Zaki-somen perustanut Zaki Azedani, palkatut tuomarit sekä Haaga-Helia, jonka opiskelijat järjestivät turnauksen opinnäytetyönään.

### 5.2.1 Yhteistyökumppanit ja sponsorit

Tapahtumalle pyrittiin saamaan sponsoreita ja yhteistyökumppaneita, jotka sopisivat tapahtuman teemaan ja voisivat antaa sille lisäarvoa. Yritysten maantieteellisellä sijainnilla oli merkitystä, kun kartoitettiin mihin ottaisimme yhteyttä, sillä halusimme vahvistaa Jokerit FC:n Itä-Helsinkiläistä identiteettiä myös sponsorien ja yhteistyökumppanien avulla.

Tapahtumaa tukivat ja yhteistyökumppaneina toimivat lopulta Pankkiiriliike Alexandria, Cardplus Oy, Ravintola Idän Piste, Tapanilan Torin ja Korson aseman R-Kioskit, HBC Service sekä urheiluvälineitä ja -vaatteita valmistava Joma. Muita yrityksiä, joihin otettiin yhteyttä, olivat Intersport Puhos, Myllypuron S-Market, Myllypuron K-Market, Kauppakeskus Itis sekä Teboil Tammisto.

Omia aikaisempia kontakteja hyödynnettiin ja tämä osoittautuikin lopulta tärkeäksi useastakin syystä. Näiden tahojen kanssa kommunikointi oli helppoa ja säästi aikaa. Esimerkiksi tuomarit saatiin hoidettua kontaktien avulla ottamatta yhteyttä virallisiin erotuomarkerhoihin. Myös molempien turnausta tukeneiden R-Kioskien kauppiaat olivat entuudestaan tuttuja kontakteja. Korson R-Kioskilta saatiin lainaksi pöydät turnauksen ”turnaus-toimistoon” ja myyntipisteelle, jossa myytiin esimerkiksi Tapanilan Torin R-Kioskilta saatuja tuotteita, kuten pullia. Olemassa olevien kontaktien hyödyntäminen on tärkeää myös siksi, että vanhat yhteistyökumppanit saadaan sitoutettua pitkäaikaiseksi ja tiiviimmäksi osaksi Jokerit FC:n verkostoa ja yhteisöä. Esimerkiksi turnauksen pääyhteistyökumppani Ravintola Idän Piste on saavuttamassa lähes virallisen jatkopaikan roolia seuran keskuudessa.

Yrityksille joiden kanssa ei ollut olemassa aikaisempaa kontaktia, laadittiin ja lähetettiin sähköpostitse yksilöidyt sponsorointiehdotukset tai yhteistyötarjoukset, joissa esittelimme tapahtuman konseptin ja sen kohderyhmän. Ilmaisimme mitä halusimme saada yhteistyöltä tai sponsoroinnilta ja mitä pystyimme vastavuoroisesti tarjoamaan heille. Pääosin pyysimme myytäviä tuotteita myyntipisteelle ja esimerkiksi Intersportilta välineitä turnausta varten, kuten kylmäpusseja ja palloja. Vastineeksi lupasimme näkyvyyttä Jokerit FC:n sosiaalisen median kanavissa, turnauslehdessä ja mahdollisuuden laajentaa yhteistyötä seuran kanssa, esimerkiksi liittymällä sen jäsenetu-ohjelmaan.

### 5.2.2 Vapaaehtoistyöntekijät

Turnaukseen tarvittiin seuran hallituksen jäsenien lisäksi muutamia vapaaehtoisia hoitamaan myyntipistettä ja grillausta sekä valmistelevaan tapahtumapaikkaa ennen turnauksen alkua ja siivoamaan se päivän päätteeksi. Lisäksi vapaaehtoisia tarvittiin ylläpitämään turnauksen tulospalvelua. Tulokset päivitettiin myös reaaliaikaisesti [jokeritfc.fi](http://jokeritfc.fi) -nettisivulle.

Vapaaehtoisten tarve tiedostettiin jo hyvissä ajoin. Heitä ryhdyttiin hankkimaan useita kausia etukäteen Facebook-ilmoituksin ja myös henkilökohtaisella lähestymisellä. Tarvittava vapaaehtoisten määrä saatiin kasaan ennätysnopeasti. Heistä suurin osa oli seurassa muutenkin aktiivisessa roolissa olevia toimijoita, jotka olivat toimineet vapaaehtoisina myös muun muassa edellisvuoden turnauksessa. Vapaaehtoiset olivat kaikki toisilleen entuudestaan seuran kautta tuttuja, joten yhteistyö heidän välillään sujui hyvin ja mutkattomasti. Heidän tehtävistä tiedotettiin Slack-keskusteluaplikaatioissa ja ne kerrattiin vielä tapahtumapäivän aamuna. Vapaaehtoisten joukossa varmistettiin myös olevan tarpeeksi ensiapukortillisia henkilöitä. Täten välttyttiin hankkimasta erikseen ensiapuhenkilökuntaa.

### **5.3 Lupa-asiat**

Lupaa Myllypuron urheilupuiston tekonurmikentän käyttöön haettiin Helsingin Liikuntavirastolta. Helsingin Liikuntavirasto vaatii kenttävuokrien hakemista kesälle aina edelliseen joulukuuhun mennessä. Kenttävuokran lisäksi piti hakea myös turnauslupaa Suomen Palloliiton Helsingin piiriltä. Turnauslupa on maksuton, mutta siinä tulee ilmetä, kuinka erotuomaritoiminta aiotaan järjestää. Turnauslupa myös sitouttaa järjestäjiä toimimaan Palloliiton sekä piirin sääntöjen ja ohjeiden mukaisesti. Turnauksen henkilökunnalle laadittiin luettavaksi ja sisäistettäväksi pelastussuunnitelma, josta kävi ilmi, miten toimia ja keneen olla yhteydessä hätätilanteessa (Liite 3).

### **5.4 Markkinointi**

Markkinoinnissa keskityimme Jokerit FC:n jäseniin ja kannattajiin, jotka toimivat tapahtuman ensisijaisena kohderyhmänä. Markkinointi tapahtui lähinnä sosiaalisessa mediassa Facebookissa sekä seuran verkkosivujen kautta. Lisäksi tapahtumaa mainostettiin seuran Instagram- ja Twitter-tileillä sekä jalkapalloaiheisella futisforum2.org-keskustelupalstalla. Turnauksesta mainittiin myös Jokerit FC:n jäsenkirjeessä, joka toimitetaan kaikkien seuran jäsenten sähköpostiin. Muutamalle tutulle seuralle lähetettiin osallistumiskutsut turnaukseen. Kohderyhmä oli helppo tavoittaa jo entuudestaan tuttujen kanavien kautta.

Turnaukselle luotiin Facebook-tapahtuma, jonka kuvituksesta logoineen oli vastuussa Jokerit FC:n sosiaalisen median vastaava Zaki Azedani. Markkinoinnissa hyödynsimme jo olemassa olevaa Jokerit FC:n Facebook-sivua, jonka kautta myös julkaisimme turnauksen tapahtumaan. Markkinoinnissa käytimme Jokerit FC:lle ominaista tyyliä ja esimerkiksi seuran värit, punainen, keltainen ja musta, loivat julkaisuihin yhteneväistä ja tunnistettavaa

teemaa. Jokerit FC-Cupille luotiin myöskin oma sähköposti, jonne joukkueet ohjattiin ilmoittautumaan ja jonka kautta olimme heihin helposti yhteydessä. Pieniä hankaluuksia aiheuttivat parin joukkueen melko myöhäiset perumiset, joiden johdosta jouduimme tehostamaan mainontaa vielä viimeisinä päivinä. 12 joukkueen tavoitteeseen päästiin kuitenkin muutama päivä ennen turnausta, jolloin turnauksen otteluohjelmaan ei tarvinnut muuta kuin vaihtaa yhden poisjääneen joukkueen nimi tilalle tulleen mukaan.

Jälkimarkkinointivaiheessa tapahtumasta julkaistiin paljon kuvia Jokerit FC:n Facebook-sivuilla, joista välittyi tapahtumapäivänä vallinnut iloinen tunnelma. Tapahtumasta kirjoitettiin myös pieni selostus jäsenlehteen. Myöhemmin osallistujia ja katsojia pyydettiin vastaamaan palautekyselyyn koskien turnausta ja sen onnistumista. Palautteita käsitellään kapaleessa 6.1.

## **5.5 Otteluohjelma**

Turnauksen 12 joukkuetta jaettiin A-, B- ja C-lohkoon, kuhunkin neljä joukkuetta. Jako tapahtui arpomalla Roosa Ariman johdosta vain sillä säännöllä, että Jokerit FC ja Jokerit FC/2 eivät saisi sijoittua samaan lohkoon. Nämä joukkueet päätettiin sijoittaa lohkoihin A ja B. Loput 10 joukkuetta jaettiin kolmeen eri lohkoon, joissa lohkon kaikki joukkueet pelasivat kertaalleen toisiaan vastaan 2x15min. pituisen ottelun. Jokainen joukkue pääsi siis pelaamaan vähintään kolme peliä.

Otteluohjelma sovitettiin kenttävuokra-aikaan, joka oli kello 9.00-18.00. Turnaus haluttiin pelata läpi mahdollisimman tiiviillä aikataululla, joten otteluiden väliin ei jätetty niin sanottua tyhjää tilaa. Seuraava peli pyrittiin aloittamaan mahdollisimman nopeasti edellisen päätyttyä. Otteluohjelman ensimmäiset pelit käynnistyivät aamulla kello 10. Jokaisen lohkon paras ja lohkoista paras toiseksi sijoittunut joukkue jatkoivat välieriin. Välierien voittajat kohtasivat finaalissa, joka käynnistyi kello 16:40. Turnaus pelattiin kahdella kentällä, joten lepoaikaa pelaajat saivat kuitenkin tarpeeksi. Otteluohjelma saikin kiitosta sopivasta rytmistään.

## **5.6 Projektin eteneminen**

Projekti sai virallisesti alkunsa viikolla 8, kun tapasimme kokouksen merkeissä Jokerit Football Clubin puheenjohtajan Stefan Sirkiän kanssa. Toimeksiannosta oltiin kuitenkin sovittu suullisesti jo vuoden 2016 puolella. Samoin kenttävaraus ja turnauslupahakemus tehtiin jo joulukuussa 2016. Tapahtumapaikaksi valittiin Myllypuron urheilupuisto. Valintaan vaikuttivat sijainti sekä Jokerit FC:n historia kyseisellä kentällä. Viikon 8 kokouksessa

kävimme yleisellä tasolla läpi hoidettavia käytännön asioita ennen turnausta. Kokouksessa oli läsnä meidän ja seuran puheenjohtajan lisäksi hallituksen jäsen Tuomas Saarikoski. Pohdimme alustavasti muun muassa tulevia kustannuksia, osallistumismaksua, yhteistyökumppaneita sekä aikataulua. Kokous pidettiin pääyhteistyökumppanin Idän Pisteessä Ravintolassa, jossa samalla myös sovimme turnauksen jatkot pidettävän.

Viikolla 17 tapasimme opinnäytetyöohjaajan kanssa ja teimme opinnäytetyöstä aiheanalyysin. Viikolla 18 aloitettiin tapahtumasuunnitelman kirjoittaminen. Suunnitelma oli valmis viikolla 19. Viikolla 20 turnaukselle luotiin Facebook-tapahtuma, jonka kuvituksesta logoi-neen oli vastuussa Jokerit FC:n sosiaalisen median vastaava Zaki Azedani. Samalla viikolla lyötiin lukkoon 100€ osallistumismaksu joukkuetta kohden ja aloitimme tapahtuman markkinoinnin niin osallistujille kuin yleisöllekin.

Viikolla 21 aloitimme sponsoreiden hankinnan ja jatkoimme vielä viikolla 22. Viikolla 23 olimme yhteydessä tapahtuman mahdollisiin tuomareihin ja vapaaehtoi-siin. Viikolla 24 teimme tapahtumalle pelastussuunnitelman. Jatkoimme sponsoreiden hankintaa vielä viikolla 25. Samalla viikolla aloitettiin myös turnauksen infolehden teko, jota jaettiin tapahtumapaikalla osallistujille (Liite 4). Lehti piti sisällään joukkueet ja lohkojaon, säännöt, otteluohjelman, maininnan jatkoista Ravintola Idän Pisteessä sekä sponsorit ja yhteistyökumppanit. Viikko 26 käytettiin tuomareiden sekä muiden työntekijöiden ja vapaaehtoisten varmistamiseen. Viikolla 27 teimme ilmoittautuneille joukkueille alustavan lohkojaon sekä otteluohjelman. Viikolla 28 suunnittelimme tapahtumapäivän aikataulun ja työtehtävät yksityiskohtaisesti valmiiksi.

Tapahtumaa edeltävällä viikolla 29 julkaisimme valmiin lohkojaon ja otteluohjelman turnauksen Facebook-tapahtumassa. Liitteet lähetettiin myös joukkueille henkilökohtaisesti sähköpostitse. Samalla heitä tiedotettiin tapahtumapäivän kulusta ja muun muassa tarjoi-luista. Myös osallistumismaksusta muistutettiin, jos sitä ei oltu vielä hoidettu. Itse tapahtumapäivä oli viikolla 30. Turnausta edeltävänä päivänä tulostimme osallistujille ja katsojille jaettavaksi 50 infolehteä. Viikolla 31 kiitimme vielä joukkueita osallistumisesta. Alun perin tarkoituksena oli kerätä osallistuneilta ja katsojilta heti tapahtuman jälkeisellä viikolla palautekyselyn avulla. Kysely kuitenkin viivästyi ja julkaisimme sen vasta viikolla 39. Raportin kirjoittaminen aloitettiin viikolla 37. Projekti päätettiin virallisesti viikolla 47 kun tämä raportti saatiin valmiiksi.



## 6 Jokerit FC-Cup 29.7.2017

Olimme yhdessä seuran hallituksen ja vapaaehtoisten kanssa sopineet tapaavamme kentällä tuntia ennen ensimmäisten pelien alkua, kello 9.00. Tähän aikaan ryhdyimme kaikki yhdessä pystyttämään info- ja myyntitelttaa ja myyntipöytää sekä virittämään grilliä toimintavalmiuteen. Myös tulostaulu asennettiin teltalle kaikkien nähtäväksi. Myllypuron urheilupuiston kenttävahti oli asettanut maalit ja kulmaliput paikoilleen, joten niitä ei tarvinnut siirtää. Ennen turnauksen alkua tuomareille osoitettiin omat vastuukentät ja heidät perehdytettiin turnauksen sääntöihin. Valmistelujen aikana käytiin varmistamassa myös pukukopien käytettävyys koko päivälle. Tulostetut infolehdet laitettiin valmiiksi osallistujia ja katsojia varten.



Kuva 1. Turnauksen tunnelmaa väliajalla (Arima 29.7.2017)

Ensimmäiset joukkueet saapuivat paikalle noin puoli tuntia ennen ensimmäisten pelien alkua. Myllypuron urheilupuisto oli jokaiselle joukkueelle entuudestaan tuttu, joten he löysivät helposti tapahtumapaikalle. Joukkueita oltiin vastassa kentän laitaan pystytetyllä infopisteellä, jossa tapahtui ilmoittautuminen. Joukkueen paikallaolon toteamisen jälkeen joukkueen vastuuhenkilölle ilmoitettiin, että he voivat mennä valmistautumaan ensimmäiseen peliin. Lisäksi kerrottiin, että ottelupöytäkirjoista ja tulospalvelusta vastaavat vapaaehtoiset tulisivat pian ottamaan joukkueiden pelaajien nimiä ylös tuomareille annettavia pöytäkirjoja varten. Näin pyrittiin välttämään infopisteen ruuhkautumista, jotta prosessi olisi turnauksen osallistujille mahdollisimman joutuisa ja mutkaton. Vapaaehtoiset jatkoivat nimien ylösottamista sitä mukaan, kun uusia joukkueita saapui paikalle. Roosa Arima ja Tomi Jaskara ohjasivat toimintaa ja vastaanottivat ja tiedottivat joukkueita infopisteellä aamulla, kunnes Tomi siirtyi pelaajan rooliin. Vaikka Tomi pelaa virallisesti Jokerit FC:ssa,

tässä turnauksessa hän edusti omaa salibandyjoukkuettaan Joukkue Ihan Jeesiä, joka osallistui turnaukseen ja löytyy lohkojaosta sekä otteluohjelmasta nimellä JIJ. Omien otteluidensa välissä Tomi auttoi turnauksen juoksevilla asioissa. Roosa päivysti koko päivän infopisteellä ja hoiti turnauksen tulostaulua. Henkilökuntaa oli jatkuvasti läsnä pelaajia ja katsojia varten myyntipöydän ja grillin luona, sekä myös mahdollisten loukkaantumisten varalta.



Kuva 2. Tomi Jaskara ja Joukkue Ihan Jees (Arima 29.7.2017)

Turnaus eteni alusta loppuun lähestulkoon aikataulun mukaisesti, pahimmillaan oltiin viisi minuuttia aikataulusta jäljessä, joten kaikki sujui siltäkin osin hyvin. Turnaus päästin päättämään ”116” – nimisen voittajajoukkueen juhliin ja palkitsemiseen ajallaan. Turnauksen voittajajoukkue sai yhteistyöravintola Idän Pisteestä kustantaman pokaalin palkinnoksi. Turnauksessa ei jaettu yksilöpalkintoja.



Kuva 3. Turnauksen järjestäjät Tomi Jaskara ja Roosa Arima (Karhunen 29.7.2017)

Seuran hallituksen, Roosan ja Tomin oli määrä jäädä siivoamaan kenttää, mutta yllättäen talkoohenki valtasi suuren osan turnaukseen osallistuneista pelaajista ja paikat siivottiin ja tavarat kerättiin erittäin nopeasti kentän seuraavien käyttäjien tieltä pois. Siivouksen jälkeen suuri osa turnausväestä siirtyi turnauksen jatkoille Ravintola Idän Pisteeseen jatkaamaan onnistunutta päivää. Idän Piste tarjosi turnaukseen osallistuneille pelaajille alennuksia useista juomista. Jokainen osallistuja ja katsoja vaikuttivat omalta osaltaan turnauksen positiiviseen ilmapiiriin ja sitä myötä onnistumiseen.

### **6.1 Osallistujien ja sidosryhmien palaute**

Tapahtumaan osallistuneiden palaute oli lähestulkoon kautta linjan hyvän ja erinomaisen välillä. Kiitosta sai tunnelma, järjestelyt, aikataulut ja turnaukseen osallistumisen hinta. Ainoa hieman negatiivista palautetta kerännyt elementti oli etukäteistiedottaminen, jonka tunnistimme itsekkin osa-alueeksi, jolla jäi parantamisen varaa. Turnauksen myyntipisteen valikoimassa oli myös pientä parantamisen varaa tekemämme kyselyn mukaan.

Myös toimeksiantaja Jokerit Football Club ry oli tyytyväinen turnaukseen. Erityisen paljon seuran hallitusta ilahdutti, että joukkumäärää onnistuttiin kasvattamaan, yhteistyön sujuvuus, hyvin sujunut turnaus ja konsepti, jonka perustalle on hyvä rakentaa tulevien vuosien turnauksista vieläkin isompia ja laadukkaampia. Seura katsoi myös tunnettuutensa ja

maineensa kasvaneen Helsingin jalkapallopiireissä erityisesti potentiaalisten uusien pelaajien silmissä.

Kiitosta saatiin myös turnauksen näkyvimmältä yhteistyökumppanilta, Ravintola Idän pisteeltä, joka osallistui turnaukseen omalla joukkueellaan ja jonka tiloissa järjestettiin turnauksen jatkobileet. Idän Piste kiitti järjestelyistä ja hauskan tapahtuman mahdollistamisesta. Idän piste myös koki turnauksen antaneen hyvää lisänäkyvyyttä ravintolalle.

Teimme turnauksesta tyytyväisyyskyselyn, jonka vastauslinkki jaettiin turnauksen tapahtumasivulla Facebookissa ja Jokerit FC:n Facebook-profiilissa. Kyselyyn vastasi 27 ihmistä, joista suurin osa oli ollut paikalla pelaajana. Ensimmäinen kysymys koski turnauksen järjestelyjen sujumista. Vastata sai asteikolla 1-5, 1 tarkoittaen erittäin huonoa ja 5 erittäin hyvää. Vastausten keskiarvoksi muodostui 4,26. Toinen kysymys koski turnauksen aikataulutusta. Asteikko oli tällä kertaa 1-3, 1 tarkoittaen liian tiukkaa, 2 tarkoitti että vastaaja olisi halunnut aikataulun olevan hieman väljempi ja 3 tarkoittaen aikataulun olleen täydellinen. Vaihtoehdot 1 ja 2 saivat kummatkin yhden äänen, vaihtoehdon kolme rohmudessa loput 25 ääntä. Kolmas kysymys koski etukäteistiedottamista, jossa tiedostimme itsekkin olleen parantamisen varaa. Asteikko oli jälleen 1-5, 1 tarkoittaen erittäin huonoa ja 5 tarkoittaen erittäin hyvää. Keskiarvoksi tuli 3,22, mikä tarkoittaa vastaajien mielestä etukäteistiedottamisen olleen ”riittävän hyvää”. Vapaassa tekstikentässä toivottiin tietojen tulevan hieman aikaisemmin.

Tuomaritoiminta sai samalla tutulla 1-5 asteikolla arvosanaksi tasan 4, eli tuomarointi koettiin hyvin onnistuneeksi. Myyntipisteen valikoimaa koskevaan kysymykseen vastausvaihtoehtoja oli 4; huono, riittävä, en tiedä ja hyvä. Vaihtoehto ”huono” sai 2 ääntä, ”riittävä” 8 ääntä, ”en tiedä” 5 ääntä ja ”hyvä” 12 ääntä. Ensi vuoden turnaukseen toivottiin erilaista pientä syötävää ja laajempaa virvoitusjuomien valikoimaa. Myös alkoholijuomia ja pyttipannua toivottiin. Turnauksen hinta oli sopiva 24 henkilön mielestä ja 2 henkilöä ilmoitti, että olisi voinut maksaa jopa enemmän. Tapahtuma oli onnistunut yhtä vastaanottajaa lukuun ottamatta kaikkien mielestä. Ensi vuoden turnaukseen osallistumista harkitsi 2 henkilöä, kun taas kaikki loput ilmoittivat tulevansa varmasti paikan päälle. Kehitysehdotuksia ei tullut montaa. Tiedottamisen parantamista toivottiin jälleen ja kahden eri sarjan järjestäminen mainittiin myös.

Tapahtumasta on tullut erittäin paljon myös spontaania suullista palautetta turnauksen jälkeisinä kuukausina. On selvää, että turnaus on puhuttanut Jokerit FC:n pelaajia ja kannattajia laajasti. Turnaus innosti jotkut jo aktiivisen jalkapalloilun lopettaneet takaisin kilpailullisiin peleihin ja muutama turnaukseen osallistunut mies osallistui marraskuussa 2017

järjestettyihin Jokerit FC:n avoimiin harjoituksiin, joissa tarkoitus oli löytää uusia pelaajia kaikkiin Jokerit FC:n joukkueisiin. Ainakin yksi pelaaja kertoi myös harkinneensa jalkapallon lopettamista, mutta päättänyt jatkaa ”ainakin ensi kesän JFC-Cupiin asti”. Myös muutama avoimiin harjoituksiin saapunut pelaaja kertoi pelanneensa Jokerit FC-Cupissa, tai olleensa seuraamassa tapahtumaa ja halunnut siirtyä seuraan, koska turnauksessa seurasta tuli dynaaminen, yhteisöllinen ja eteenpäin menevä vaikutelma.

## **6.2 Kehittämisehdotukset**

On tehty selväksi, että JFC-cupista halutaan tehdä jokavuotinen perinne. Tavoitteessa kasvattaa turnausta onnistuttiin, sillä turnaukseen osallistui 12 joukkuetta eli neljä enemmän kuin edellisvuonna. Turnauksen kasvattamisesta yhä isommaksi on myös puhuttu ja siihen saattaa olla mahdollisuuksia, mutta turnaus toimi hyvin myös tällä joukkuemäärällä. Turnausta laajentaessa on kuitenkin hyvä muistaa tapahtuman henki ja merkitys seuralle ja sen yhteisöllisyydelle. Turnausta ei tule laajentaa laajentamisen ilosta, vaan tapahtuma kuuluu pitää Jokerihenkisenä ja seuran arvoja kunnioittavana. Jos turnausta kasvatetaan entisestään, olisi tavoitteeksi asetettava ehdottomasti kahden eri sarjan perustaminen. Tasoerot olivat haaste tämän vuoden turnauksessa, joskaan ne eivät kuitenkaan latistaneet tunnelmaa tai kilpailua merkittävästi. Seuran edun mukaista olisi kuitenkin, jos tulevaisuudessa turnauksissa olisi muutama tasokkaampikin joukkue vierailmassa. Samalla kuitenkin ei haluta unohtaa seuran kannattajia ja yhteistyökumppaneita, joten olisi hyvä, jos olisi kaikille avoin sarja, jossa voitaisiin pelata rennosti, mutta tosissaan, sekä kilpasarja, jossa esimerkiksi Jokerit FC:n edustusjoukkue voisi pelata vaativampia pelejä laadukkaita joukkueita vastaan.

Tulevia turnauksia järjestettäessä olisi myös hyvä aloittaa mahdollisten sponsorien ja yhteistyökumppanien hankkiminen vielä aikaisemmin ja miettiä tarkemmin, mitä yhteistyöltä tai sponsoroinnilta toivotaan ja mitä seura pystyy puolestaan tarjoamaan. Tätä turnausta järjestettäessä ei ollut täysin selvää, mitä hyötyjä voi seuran puolesta olevan varmasti luovassa sponsoreille ja yhteistyökumppaneille. Tämän asian korjaaminen on tärkeää, etenkin jos turnausta halutaan laajentaa isommaksi.

Tulevan vuoden turnauksessa tulee myös hoitaa etukäteistiedottaminen aikaisemmin ja laadukkaammin. Nyt tiedot otteluohjelmasta tuli monen palautteenantajan mukaan liian myöhässä. Syy miksi otteluohjelman julkaisemista lykättiin, oli yhden joukkueen poisjäänti juuri kun otteluohjelma oltiin saatu tehtyä sekä toisen joukkueen epävarmuus. Epävarmalta joukkueelta haluttiin saada varmistus ja peruneen joukkueen tilalle haluttiin saada

toinen. Myöskin sähköposteihin reagoiminen kesti toisinaan liian kauan, mikä ei anna hyvää kuvaa tapahtumasta tai sen järjestäjästä.

## 7 Pohdinta

Olemme tapahtumasta saadun palautteen kanssa samoilla linjoilla siitä, että turnaus oli onnistunut ja saavutti kaikki keskeisimmät asetetut tavoitteet. Kun saimme toimeksiannon, tiesimme että edessä olisi suuri haaste, kuitenkin samalla luottaen itseemme ja osaamiseemme. Pyrimme jo aikaisessa vaiheessa tunnistamaan mahdollisia haasteita, joita kohtaisimme projektin aikana. Suunnitteluvaiheessa halusimme luoda tapahtumalle vahvan perustan, jotta turnaus olisi helppo toteuttaa onnistuneesti ja työmäärä jakautuisi mahdollisimman tasaisesti koko projektin aikajanelle.

Projekti eteni alussa hieman odotettua hitaammin, mutta kun saimme kommunikoinnin seuran kanssa hyvälle tasolle, alkoi projektin eteenpäinvienti sujumaan paremmin. Työskentely toimeksiantajan kanssa sujui hyvin ja seuran johto oli erittäin sitoutunut ja innokas luomaan hyvän tapahtuman. Pieniä haasteita toivat ajoittain epäselvät työnjaot meidän ja seuran johdon välillä. Tulevina vuosina olisi hyvä selkiyttää työnjakoa, joka varmasti tehostaisi työskentelyä merkittävästi. Seuran vakiintuneet toimintatavat ja tyyli rajoittivat osaltaan jonkin verran turnauksen konseptin hiomista enemmän meidän näköiseksi. Onnistuimme kuitenkin luomaan tapahtuman, joka kokonaisuutena miellytti kaikkia osapuolia.

Itse tapahtumapäivä sujui odotettuakin paremmin. Valmistelut hoidettiin nopeasti vapaaehtoisten avulla, joukkueet olivat ajoissa paikalla, aikataulussa pysyttiin ja vakavilta loukkaantumisilta vältyttiin. Vapaaehtoisista oli suuri apu koko tapahtumapäivän ajan. Tunnelma pysyi korkealla koko päivän ajan ja ihmiset kiittelivät hyvistä järjestelyistä. Myös loppusiivous sujui ongelmitta ja nopeasti. Ilta jatkui ravintola Idän pisteessä turnauksen jatkobileiden merkeissä. Tapahtumassa tuntui ja näkyi konkreettisesti seurassa vallitseva yhteisöllinen henki. Vaikka joukkueet kilpailivat keskenään ja pelaajilla oli erilaisia pelipaikkoja päällä, ryhmät sekoittuivat ja kaikki olivat osa jotain omia joukkueitaan suurempaa. Tähän vaikutti suuresti se, että niin moni tunsu toisensa ja on ollut osa seuraa jo pidemmän aikaa. Seuraan on myös helpompi houkutella uusia pelaajia ja jäseniä, kun se tuntuu yhdeltä suurelta kaveriporukalta.

Turnauksen järjestäminen oli meille erittäin hyvä oppimiskokemus. Työskentely oli helppoa ja mielekästä, sillä aihe kiinnosti meitä molempia. Oli palkitsevaa nähdä tapahtumapäivänä tekemämme työn tulos ja saada kiitosta sekä tunnustusta hyvin hoidetusta työstä. Projektin aikana kehityimme tapahtumajärjestäjinä ja tapahtuma-alan ammattilaisina. Turnauksen järjestämisen myötä koemme myös olevamme nyt kärsivällisempiä, analyttisempiä ja parempia kommunikoijia kuin aikaisemmin. Kehitimme omalta osaltamme hyväksi todettua konseptia, joka on seuralle helppo toteuttaa myös tulevaisuudessa.

## Lähteet

Adekunle, A. 2017. Barcelona won't be used as political tool – Bartomeu. Vanguard. Luettavissa: <https://www.vanguardngr.com/2017/10/barcelona-wont-used-political-tool-bartomeu/>. Luettu: 5.11.2017.

AFC Wimbledon 2017. The story of AFC Wimbledon. Luettavissa: <https://www.afcwimbledon.co.uk/club/history/>. Luettu: 2.11.2017.

Arima, R. 29.7.2017. Kuvia tapahtumasta. Helsinki.

Burns, J. 2017. In troubled times, FC Barcelona defines modern Catalonia. Politico. Luettavissa: <https://www.politico.eu/article/fc-barcelona-catalonia-independence-upheaval/>. Luettu: 5.11.2017.

Cullimore, B. 2015. The rise and fall of left wing football. These Football Times. Luettavissa: <https://thesefootballtimes.co/2015/02/19/the-rise-and-fall-of-left-wing-football/>. Luettu: 6.11.2017.

Dawber, A. & Walker, S. 2013. 'It's not racism. The Muslim players just shouldn't be here': Beitar Jerusalem fans walk out over signing of two Muslim Chechen players. Independent. Luettavissa: <http://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/its-not-racism-the-muslim-players-just-shouldnt-be-here-beitar-jerusalem-fans-walk-out-over-signing-8519748.html>. Luettu: 5.11.2017.

Football Club United of Manchester 2015. Who Are We? Luettavissa: [https://web.archive.org/web/20160216175346/http://www.fc-utd.co.uk/m\\_waw.php](https://web.archive.org/web/20160216175346/http://www.fc-utd.co.uk/m_waw.php). Luettu: 2.11.2017.

FC United of Manchester 2017. History. Luettavissa: <http://www.fc-utd.co.uk/history.php#intro>. Luettu: 2.11.2017.

Filander, K. & Vanhalakka-Ruoho, M. 2009. Yhteisöllisyys liikkeessä. Gummeruksen Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Forsyth, R. 2016. Celtic vs Rangers: The Old Firm explained. The Telegraph. Luettavissa: <http://www.telegraph.co.uk/football/2016/04/15/celtic-vs-rangers-the-old-firm-explained/>. Luettu: 5.11.2017.



- Gault, M. 2015. A Tale of One City: Rio de Janeiro. These Football Times. Luettavissa: <https://thesefootballtimes.co/2015/01/14/a-tale-of-one-city-rio-de-janeiro/>. Luettu: 14.11.2017.
- Haughton, W. 2017. Old Firm Derby. The Sun. Luettavissa: <https://www.thesun.co.uk/sport/football/3363047/celtic-vs-rangers-old-firm-derby/>. Luettu: 5.11.2017.
- Heinolainen, T. 10.10.2017. Edustusjoukkueen kapteeni. Jokerit Football Club. Suullinen tiedonanto. Helsinki.
- Heliskoski, J. 7.4.2016. Segmentoinnilla asiakkaan iholle. Sitra. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/blogit/segmentoinnilla-asiakkaan-iholle/>. Luettu: 14.10.2017.
- Hesse, U. 6.9.2015. St Pauli: the club that stands for all the right things... except winning. The Guardian. Luettavissa: <https://www.theguardian.com/football/blog/2015/sep/06/st-pauli-club-that-stands-for-all-the-right-things-except-winning>. Luettu: 6.11.2017.
- Jaskara, T. 10.10.2017. Jäsen. Jokerit Football Club. Suullinen tiedonanto. Helsinki.
- Jokerit FC 2012. Historia. Luettavissa: <https://www.jokeritfc.fi/seura/historia/>. Luettu: 28.10.2017.
- Jääskeläinen, T. 2014. FC Jokereiden tarina jäi lyhyeksi. Yle. Luettavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/04/17/fc-jokereiden-tarina-jai-lyhyeksi>. Luettu: 28.10.2017.
- Karhunen, J. 29.7.2017. Turnauksen järjestäjät Tomi Jaskara ja Roosa Arima. Kuva. Helsinki.
- Karinti, T. 2017. Kolumni: Jalkapallon yhteisöllinen olemus. EOM. Luettavissa: <https://eom.fi/2017/10/03/kolumni-jalkapallon-yhteisollinen-olemus/>. Luettu: 2.11.2017.
- Kettunen, S. 2009. Onnistu projektissa. WSOYpro. Helsinki.
- Lampinen, J. 2011. Ekologisen ja turvallisen yleisötilaisuuden järjestämisopas. Suomen Ympäristö- ja Terveystieteen Kustannus Oy. Pori.
- Liski, S. 2017. Jokerit FC – Kannattajilta kannattajille. EOM-jalkapallolehti, 3, s. 22.

Masterman, G. 2005. Strategic sports event management: an international approach. Elsevier. Oxford.

Mehrotra, A. 2014. Fascism & Football: The political history of Spanish football. Outside of the Boot. Luettavissa: <http://outsideoftheboot.com/2014/05/22/fascism-football-the-political-history-of-spanish-football/>. Luettu: 5.11.2017.

Montague, J. 2010. Punks, prostitutes and St. Pauli: Inside soccer's coolest club. CNN. Luettavissa: <http://edition.cnn.com/2010/SPORT/football/08/18/football.st.pauli.punks/index.html>. Luettu: 6.11.2017.

Mur, R. 2013. Fla-Flu, clásico de multitudes. La Vanguardia. Luettavissa: <http://www.la-vanguardia.com/deportes/20151117/30205734385/flamengo-fluminense-clasico-multitudes.html>. Luettu: 5.11.2017.

Paasivaara, L. & Nikkilä, J. 2010. Yhteisöllisyydestä työhyvinvointia. Kirjapaja. Helsinki.

Poliisi 2017. Yleisötilaisuudet. Luettavissa: <http://www.poliisi.fi/lounais-suomi/yleisotilaisuudet>. Luettu: 20.10.2017.

Rainbow, J. 10.10.2011. Hansa Rostock v St Pauli contest the fear-derby. WorldSoccer. Luettavissa: <http://www.worldsoccer.com/blogs/hansa-rostock-v-st-pauli-contest-the-fear-derby-332990>. Luettu: 6.11.2017.

Raj, R., Walters, P. & Rashid T. 2013. Events management: principles & practice. SAGE. Los Angeles.

Rebel Ultras 2016. History of FC St. Pauli. Luettavissa: <http://rebelultras.com/2014/02/10/history-of-fc-st-pauli/>. Luettu: 6.11.2017.

Redondo, P. 2013. Fla-Flu, el Superclásico de las multitudes. Clarin. Luettavissa: [https://www.clarin.com/deportes/Fla-Flu-Superclasico-multitudes\\_0\\_HJlqTBVivml.html](https://www.clarin.com/deportes/Fla-Flu-Superclasico-multitudes_0_HJlqTBVivml.html). Luettu: 5.11.2017.

Rodriguez, V. 2015. Basque Country. Britannica. Luettavissa: <https://global.britannica.com/place/Basque-Country-region-Spain>. Luettu: 5.11.2017.

- Schäferhoff, N. 22.6.2016. How to Find a Sponsor for Your Sports Team or Sporting Event. ThemeBoy. Luettavissa: <https://www.themeboy.com/blog/find-sponsor-sports-team-sporting-event/>. Luettu: 16.10.2017.
- Slemrod, A. 2015. Beitar Nordia: Israeli fans choose football over racism to start their own club. Independent. Luettavissa: <http://www.independent.co.uk/sport/football/international/beitar-nordia-israeli-fans-choose-football-over-racism-to-start-their-own-club-10467519.html>. Luettu: 5.11.2017.
- Tremlett, G. 2011. Madrid v Barcelona: the cultural battle that the Catalans are losing. The Guardian. Luettavissa: <https://www.theguardian.com/world/2011/may/01/madrid-barcelona-cultural-rivals>. Luettu: 5.11.2017.
- Urheilumuseo 2009. FC Jokerit. Luettavissa: <https://www.urheilumuseo.fi/portals/47/veik-kausliiga/seurat/jokerit.htm>. Luettu: 28.10.2017.
- Vainikainen, E. 2012. Sinipaidat ovat täällä taas. Kansan Uutiset. Luettavissa: <https://www.kansanuutiset.fi/artikkeli/2896904-sinipaidat-ovat-taalla-taas>. Luettu: 4.11.2017.
- Vallo, H. & Häyrinen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma Oy. Helsinki.
- Van Der Wagen, L. & Carlos, B. 2005. Event management: for tourism, cultural, business, and sporting events. Pearson Education. Upper Saddle River.
- West, A. 2017. Catalan referendum: How FC Barcelona found themselves at centre of issue. BBC. Luettavissa: <http://www.bbc.com/sport/football/41461197>. Luettu: 5.11.2017.
- Westerholm, M. 11.10.2017. Perustaja. Jokerit Football Club. Suullinen tiedonanto. Helsinki.
- Wickström, M. 2012. HIFK–Jokerit: Taistelu Helsingin herruudesta. Tammi. Helsinki.
- Wollaston, S. 2016. Forever Pure: Football and Racism in Jerusalem review – makes the north London derby look like a love-in. The Guardian. Luettavissa: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2016/dec/05/forever-pure-football-and-racism-in-jerusalem-review-makes-the-north-london-derby-look-like-a-love-in>. Luettu: 5.11.2017.

## Liitteet

### Liite 1. Tapahtumasuunnitelma

# Tapahtumasuunnitelma JFC-Cup 29.7.2017

Roosa Arima & Tomi Jaskara

## Jokerit FC Cup

- 29.7.2017 klo. 9-18 Myllypuron urheilupuistossa
- 2 sarjaa, kilpasarja ja toinen vielä nimeämätön sarja
- Tavoitteena 12-16 joukkuetta
- Pelataan pikkukentällä
- Pelaajamäärä 6+1
- Peli aika 2x15min

## Taustaa

- Kahden matkailualan opiskelijan produktiivinen opinnäytetyö
- Toteutettu toimeksiantona Jokerit FC-jalkapalloseuralle
- Turnaus järjestetty ensimmäistä kertaa vuosi sitten
- Opiskelijat itse kiinnostuneita urheilusta ja tapahtumatuotannosta
  - Toinen heistä lisäksi kyseisen seuran jäsen



## Tavoitteet

---

- Järjestää onnistunut jalkapalloturnaus, joka tuo positiivista näkyvyyttä Jokerit FC:lle
- Luoda hauska, mieleenpainuva ja yhteisöllisyyttä korostava tapahtuma
- Vahvistaa seuran brändiä ja "kannattajien seura" slogan
- Saada turnaus jatkumaan suosionsa kautta jokavuotisena
- Omien tapahtumamarkkinointitaitojen syventäminen

## Organisaatio

---

- Työryhmä ja projektipäälliköt: Roosa Arima ja Tomi Jaskara
- Seuran yhteyshenkilöitä
  - Puheenjohtaja Stefan Sirkkiä
  - Rahastonhoitaja Joni Hasanen
  - Hallituksen jäsenet Toomas Heinolainen ja Tuomas Saarikoski
- Sponsorit ja yhteistyökumppanit
- Kannattajat vapaaehtoistyöntekijöinä
- Muut apukädet

## Resurssit

---

- Suunnitteluun käytettävä aika on noin 6 kuukautta
- Projektiryhmään kuuluu vain me kaksi
- Jokerit FC
  - Seuran puheenjohtaja, jäsenet ja kannattajat avustamassa
  - Oma rahasto ja rahastonhoitaja → budjetti
  - Tapahtumapäiväksi telta, pöydät, grilli, pallot, ensiaputarvikkeet jne.
- Sponsorit ja yhteistyökumppanit
  - Jatkot, tarjoilut

## Kohderyhmä

- JFC:n jäsenet ja kannattajat

## Aikataulu

Viikko	Tehtävä
	Sopimus toimeksiannosta seuran puheenjohtajan kanssa
	Kenttien vuokraus ja turnauslupahakemus
8	Kokous seuran puheenjohtajan kanssa, käytännön asioista alustavasti sopiminen
17	Opinäytetyöohjaajan tapaaminen ja aiheanalyysin teko
18	Tapahtumasuunnitelman aloitus
19	Tapahtumasuunnitelma valmis
20	Facebook-tapahtuman luominen, markkinoinnin aloittaminen joukkueille ja yleisölle
21	Sponsoreiden hankinnan aloitus
22	Sponsoreiden hankintaa
23	Tuomareiden ja vapaaehtoisten hankintaa
24	Turvallisuus- ja lupa-asiat
25	Sponsoreiden hankintaa
26	Turmauksen infolehden aloitus
26	Tuomareiden ja muun henkilökunnan varmistaminen
27	Lohkoajat ja alustava otteluohjelma
28	Tapahtumapäivän suunnittelu ja toteuttavat
29	Valmiin lohkoajan ja otteluohjelman julkistaminen
30	Infolehti valmis
30	Viimeistely
30	TAPAHTUMAPÄIVÄ
31	Kitosviesti ja palautekysely
37	Raportin kirjoittamisen aloitus
47	Raportti valmis

## Kustannusarvio

KUSTANNUSARVIO			
Menot		Tulot	
Kenttävuokra	225€	Osallistumismaksut	900€
Tuomarit (130€/tuomari)	260€	(100€/joukkue)	
Grilli- ja muut tarjoilut	100€	Grilli- ja muut tarjoilut	200€
<b>Yhteensä:</b>	<b>585€</b>		<b>1100€</b>

- Jokerit FC:llä oma rahastonhoitaja Jöni Hasanen
- Osallistumismaksu päätettiin seuran johdosta aikaisempien maksujen mukaan



## Riskit

---

- Ei tarpeeksi joukkueita → turnausta ei saada järjestettyä
  - Säännöllinen markkinointi alusta alkaen
- Ei tarpeeksi henkilökuntaa ja vapaaehtoisia
  - Kontaktointi hyvissä ajoin
- Loukkaantumiset, lievät ja vakavat
  - Ensiaputarvikkeet
  - Ensiaputaitoiset
- Sääolot
  - Teltta grillille ja kahviolle

## Markkinointi ja viestintä

---

- Sisäinen viestintä
  - Säännölliset kokoukset projektipäälliköiden kesken
  - Säännöllinen yhteydenpito toimeksiantajaan, seuraan ja vapaaehtoisiin
- Kannattajiin helppo olla yhteydessä entuudestaan tutuissa kanavissa
  - Jokerit FC:n verkkosivut
  - Jokerit FC:n Facebook-sivu
  - Jäsenlehti
- Myöhemmin Facebookiin oma tapahtuma osallistuville
- Joukkueiden yhteyshenkilöihin ollaan yhteydessä sähköpostitse

## Raportointi

---

- Tapahtumasta kirjoitetaan lopuksi raportti
  - Johdanto
  - Tausta, Jokerit FC
  - Teoriaosuus
  - Tapahtuman ja projektin esittely sekä läpikäynti
  - Pohdinta
  - Liitteet ja dokumentit

## Liite 2. Projektin aikataulu

Viikko	Tehtävä
	Sopimus toimeksiannosta seuran puheenjohtajan kanssa
	Kenttien vuokraus ja turnauslupahakemus
8	Kokous seuran puheenjohtajan kanssa, käytännön asioista alustavasti sopiminen
17	Opinnäytetyöohjaajan tapaaminen ja aiheanalyysin teko
18	Tapahtumasuunnitelman aloitus
19	Tapahtumasuunnitelma valmis
20	Facebook-tapahtuman luominen, markkinoinnin aloittaminen joukkueille ja yleisölle
21	Sponsoreiden hankinnan aloitus
22	Sponsoreiden hankintaa
23	Tuomareiden ja vapaaehtoisten hankintaa
24	Turvallisuus- ja lupa-asiat
25	Sponsoreiden hankintaa Turnauksen infolehden aloitus
26	Tuomareiden ja muun henkilökunnan varmistaminen
27	Lohkojaot ja alustava otteluohjelma
28	Tapahtumapäivän suunnittelu ja työtehtävät
29	Valmiin lohkojaon ja otteluohjelman julkistaminen Infolehti valmis Viimeistely
30	TAPAHTUMAPÄIVÄ
31	Kiitosviesti ja palautekysely
37	Raportin kirjoittamisen aloitus
47	Raportti valmis



### **Liite 3. Pelastussuunnitelma**

#### **1. Suunnitelman tarkoitus**

Tämän pelastussuunnitelman tarkoitus on ohjata Myllypuron liikuntapuistossa järjestettävän Jokerit FC-Cupin toteuttamisesta vastaavaa henkilökuntaa turvallisuusasioissa sekä selkiyttää turvallisuuden vastuita ja velvoitteita.

Tämän yleisötapahtuman toteuttamisesta vastaavat tahot sitoutuvat noudattamaan pelastussuunnitelmaa ja parantamaan sen avulla kaikkien yhteistä turvallisuutta.

#### **2. Tapahtuman kuvaus**

Myllypuron liikuntapuistossa järjestetään JFC-Cup -jalkapalloturnaus, jonka järjestämisestä ovat vastuussa Jokerit Football Club ry:n hallitus yhdessä Haaga-Helian opinnäytetyön tekijöiden, Roosa Ariman ja Tomi Jaskaran kanssa. Tapahtuman tarkoituksena on koota Jokerit FC:n kaikki jäsenet yhteen viettämään päivää jalkapalloturnauksen merkeissä.

##### **2.1. Tapahtuman aikataulu ja kuvaus**

Tapahtumapäivämäärä on 29.7.2017 ja aika on kello 09.00-18.00. Kohderyhmänä ovat Jokerit FC:n pelaajat, jäsenet, kannattajat ja sidosryhmiin kuuluvat, kuin myös muut jalkapallosta kiinnostuneet pääkaupunkiseudun asukkaat. Turnaus pelataan Myllypuron suurella tekonurmella. Paikalla on mahdollisuus ostaa syötävää, virvokkeita sekä seuran kannattajatuotteita ja -jäsenyyksiä.

##### **2.2. Kohteen/rakennuksen tiedot**

Nimi ja osoite:

Myllypuron liikuntapuisto  
Myllytontunpolku 1, 00920 Helsinki

Yhteystiedot:

Tomi Jaskara	0504145927 tomi.jaskara(at)gmail.com
Stefan Sirkia	stefan.sirkia(at)jokeritfc.fi

### 2.3. Jokerit FC- Cup turvallisuusorganisaatio

Tapahtuman operatiivinen turvallisuusjohto

- 1) Tomi Jaskara 0504145927
- 2) Roosa Arima 0442696311

Erityistilanteissa hälytettävät:

Tomi Jaskara 0504145927

Roosa Arima 0442696311

Poliisi ja pelastuslaitos puhelin 112

### 2.4. Riskit yleisellä tasolla kuvattuna

#### SAIRAUSKOHTAUS:

Sairauskohtausten sekä tapaturmien mahdollisuus on olemassa tilanteissa, joissa suuri määrä ihmisiä kokoontuu yhteen. Ennaltaehkäisevinä toimina on ensiaputaitoisten henkilöiden paikalla olo ja helposti saatavilla olevat ensiaputarvikkeet sekä koulutus hätätilanteessa toimimisessa.

#### TERRORITEKO:

Terroriteko, kuten pommiuhka, on myös nyky-yhteiskunnan uusi, mutta äärimmäisen harvinainen ilmiö. Tapahtumaan tuleva henkilöstö on koulutettu toimimaan asiakaspalvelutilanteissa niin, ettei provokaation uhkaa ole.

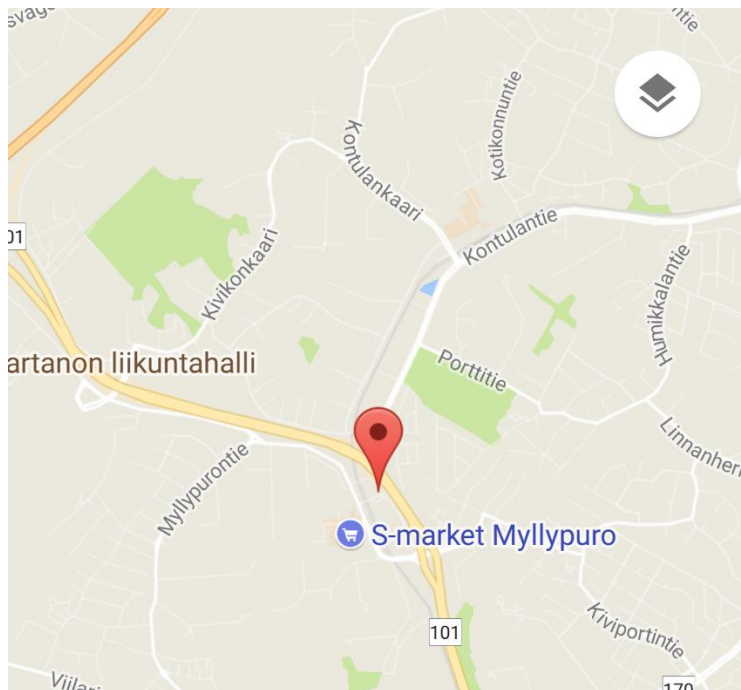
Tapahtuman vaarat on selvitetty sekä riskit arvioitu. Jokaisen tapahtuman toteuttamisesta vastaavan henkilön on tiedostettava, mitä vaaroja ja riskejä tapahtumaan kohdistuu, mistä ne voivat aiheutua ja mitä seurauksia niillä voi olla

### 3. Sijainti



Myllytontunpolku 1, 00920 Helsinki

Myllypuron liikuntapuistoa lähin terveysasema on Myllypuron terveysasema, joka löytyy osoitteesta Jauhokuja 4, 00920 Helsinki, noin 500 metrin päässä turnauspaikasta.



## Liite 4. Infolehti



## Joukkueet

**Lohko A** JFC 2  
116  
Solidaarisuutta Työttömille  
Juopot United

**Lohko B** Bacardi Boys  
Bönä ja pojat FC  
JFC  
FC Haudan Takaa

**Lohko C** FC 420  
Idän Piste  
JIJ  
Pipu

**Tuomarit** Jorge Calvo, Lucinilton Ferreira,  
Joona Karhunen (varalla),  
Tomi Jaskara (varalla)

## Säännöt

- pelitapa 7v7 eli pelaajamäärä 1+6
- vaihtojen määrää ei ole rajoitettu, eli käytössä ovat edestakaiset
- lentävät pelaajavaihdot, jotka voidaan suorittaa pallon ollessa pelissä tai poissa pelistä
- peliaika 2x15min
- pelataan pikkukentällä, eli pääsääntöisesti normaalikenttä poikittain
- paitsiosääntö ei ole voimassa
- normaali rajaheitto
- kulmapotku potkaistaan kentän kulmasta
- rangaistuspotku suoritetaan 7,5 metrin päästä maalista
- maalipotkuissa/erikoistilanteissa vastustajan etäisyys vähintään 5,5 metriä pallosta
- maalivahdin avaus käsistä/ulospotkuna tai maalipotku eivät saa kantaa suoraan ilmassa yli keskirajan. jos pallo pomppaa maan kautta tai joku pelaaja koskee palloon ennen keskirajaa, on avaus silloin oikein suoritettu

## Aikataulu

Klo			Kenttä
10:00	116	-	Juopot United 1
10:00	Solidaarisuutta Työttömille	-	JFC2 2
10:35	JFC	-	FC Haudan Takaa 1
10:35	Bacardi Boys	-	Bönä ja pojat FC 2
11:10	FC 420	-	Pipu 1
11:10	Idän Piste	-	JIJ 2
11:45	Juopot United	-	Solidaarisuutta Työttömille 1
11:45	JFC2	-	116 2
12:20	FC Haudan Takaa	-	Bacardi Boys 1
12:20	Bönä ja pojat FC	-	JFC 2
12:55	Pipu	-	Idän Piste 1
12:55	JIJ	-	FC 420 2
13:30	116	-	Solidaarisuutta Työttömille 1
13:30	JFC2	-	Juopot United 2
14:05	JFC	-	Bacardi Boys 1
14:05	Bönä ja pojat FC	-	FC Haudan Takaa 2
14:40	FC 420	-	Idän Piste 1
14:40	JIJ	-	Pipu 2
15:40	A1	-	Paras lohko 2 1
15:40	B1	-	C1 2
16:40	V19	-	V20 1

## Jatkot

Jokerit FC Cupin jatkot järjestetään  
Idän Pisteessä (Turunlinnantie 14)

Paikalla DJ, palkintojenjakoa ja  
drinkkitarjous JFC Cup - väelle!

Jatkot starttaavat kello 18:00 ja  
jatkuvat yöhön saakka!

## Yhteistyössä



Idän Piste

ALEXANDRIA  
Alexandria



Joma

CARDPLUS<sup>+</sup>  
CardPlus

HBC Service  
aikaa osaamiselle  
HBC Service



R-kioski Tapanilan tori

www.jokeritfc.com  
Facebook: Jokerit.FC  
Twitter: @JokeritFC  
Instagram: @Jokerit FC